

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
Facultad De Ciencias Empresariales
ESCUELA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD
Y FINANZAS



TESIS

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
DE LAS FERRETERÍAS DEL MERCADO CENTRAL
DE HUÁNUCO PERIODO 2019.**

Tesis para optar el Título Profesional de:
CONTADOR PÚBLICO

TESISTA

Bach. LAURENCIO UPIACHIHUA, Jonatán Elí

ASESOR

Mtro. REPETTO GARCÍA, Tonio Lucho

Huánuco – Perú
2019

OK

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL CONTABILIDAD Y FINANZAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 6:20 horas del día 22... del mes de Julio... del año 2019, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales (Aula 202-P5), en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Dr. Oscar A. Campos Salazar	(Presidente)
Mtro. William Giovanni Linares Beraún	(Secretario)
Mtro. Juan Daniel Toledo Martínez	(Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N° 1107-2019-D-FCOMP-EAPCF-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LAS FERRETERÍAS DEL MERCADO CENTRAL DE HUÁNUCO PERIODO 2019", presentada por el (la) Bachiller LAURENCIO UPIACHIHUA, Jonatan Eli; para optar el título Profesional de Contador Público.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) APROBADO con el calificativo cuantitativo de 7.6... (Dieciséis...) y cualitativo de BUENO... (Art.45 y 47 - Reglamento de Grados y Títulos).

Siendo las 7:00pm horas del día 22... del mes de Julio... del año 2019, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Dr. Oscar A. Campos Salazar
PRESIDENTE



Mtro. William Giovanni Linares Beraún
SECRETARIO



Mtro. Juan Daniel Toledo Martínez
VOCAL

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicado a mis padres por todo el apoyo desinteresado que pudieron darme siempre.

A mi esposa, por su amor, comprensión y apoyo incondicional.

A mi hijo, porque es el motor de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme su perdón, su amor y su gracia, porque sólo por Él y para Él son todas las cosas.

A la Universidad de Huánuco y a la Facultad de Ciencias Empresariales en su Programa Académico Profesional de Contabilidad y Finanzas por haberme dado la oportunidad de formarme estos cinco años como un profesional calificado

Al asesor Mg. Tonio Lucho Repetto García, quien me ha orientado en mi labor de investigador, por la paciencia que siempre tuvo y por su tiempo dedicado.

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE	v
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN.....	ix

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.	Descripción del Problema	10
1.2.	Formulación del problema	12
1.3.	Objetivo general	12
1.4.	Objetivos específicos:.....	12
1.5.	Justificación de la investigación	13
1.6.	Limitaciones de la investigación.....	14
1.7.	Viabilidad de la investigación.....	14

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de la investigación	15
2.2.	Bases teóricas	19
2.3.	Definiciones conceptuales	29
2.4.	Hipótesis	30
2.5.	Variables.....	31
2.5.1.	Variable independiente.....	31
2.5.2.	Variable dependiente.....	31
2.6.	Operacionalización de variables.	32

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipos de investigación.....	33
3.1.1.	Enfoque	33
3.1.2.	Alcance o nivel.....	33
3.1.3.	Diseño	33
3.2.	Población y muestra	34
3.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	37

3.4.	Para la presentación, análisis e interpretación de los datos	37
------	--	----

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1.	Selección y validación de los instrumentos	39
4.2.	Presentación de resultados.	43
4.3.	Contrastación de la hipótesis	59

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1.	Contrastación de resultados	62
CONCLUSIONES		65
RECOMENDACIONES.....		66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		67
ANEXOS		70

RESUMEN

La Cultura Tributaria y su influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones tributarias en las ferreterías del mercado central de Huánuco, es una investigación que se realizó con el objetivo de determinar cómo influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en dicho mercado, así mismo conocer la influencia que tienen el conocimiento tributario, la valoración a los tributos y la conciencia tributaria, en las obligaciones tributarias.

La investigación realizada evidenció que la no existencia de cultura tributaria influye desfavorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Central de Huánuco, debido a la existencia de conocimientos básicos en temas tributarios, la no existencia de conciencia tributaria ocasiona poca predisposición al cumplimiento voluntario de dichas obligaciones, generando tolerancia a la evasión.

El estudio se realizó aplicando una encuesta de 16 preguntas a una muestra de 20 administradores, de una población total de 20 empresarios ferreteros, del Mercado Central de la ciudad de Huánuco.

El estudio es de tipo aplicado, con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, y diseño correlacional no experimental.

Palabras clave: Cultura tributaria, Conciencia Tributaria, Educación Tributaria, Obligación Tributaria.

ABSTRACT

The Tax Culture and its influence in the Compliance of Tax Obligations in the hardware stores of the central market of Huánuco, is an investigation that was carried out with the objective of determining how the tax culture influences in the fulfillment of the tributary obligations in said market, as well as to know the influence of tax knowledge, the valuation of taxes and the tax conscience, in tax obligations.

The research carried out showed that the non-existence of a tax culture adversely affects the fulfillment of the tax obligations of the merchants of the Central Market of Huánuco, because despite the existence of basic knowledge on tax issues, the non-existence of tax awareness causes little willingness to voluntarily comply with these obligations, generating tolerance for evasion.

The study was carried out by applying a survey of 16 questions to a sample of 20 administrators, from a total population of 20 hardware entrepreneurs, from the Central Market of the city of Huánuco.

The study is of the applied type, with a quantitative approach, descriptive level, and non-experimental correlational design

Keywords: Tax Culture, Tax Awareness, Tax Education, Tax Obligation.

INTRODUCCIÓN

Según Balvin (2014) En nuestro país solo el 27.3% de la población exige comprobante de pago; y por otro lado el 51.3% acepta ser altamente tolerante al fraude. Estas estadísticas reflejan la carencia de cultura tributaria que existe en la población. El sistema tributario peruano se desenvuelve dentro del marco conceptual que le brinda el Derecho Tributario y el Código Tributario y se materializa a través del cobro de impuestos, contribuciones y tasas. El incumplimiento tributario es un problema local y nacional, los comerciantes se caracterizan más por no cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente, por el contrario, bajo presión de la Administración Tributaria.

La investigación de esta tesis se inicia por la falta de compromiso de los comerciantes ferreteros en cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente y por sus incumplimientos en otorgar comprobantes de pago, donde resalta una conciencia tributaria baja.

Para poder realizar el trabajo de investigación se procedió de la siguiente manera:

El Capítulo I hace referencia a la problemática de la investigación, donde se plantean los problemas de la investigación, los objetivos, la justificación, las limitaciones y la viabilidad.

El Capítulo II, se ha abordado el marco teórico, donde se encuentran los antecedentes de la investigación, bases teóricas, definiciones conceptuales, Hipótesis, variables y la Operacionalización de variables.

El Capítulo III, se ha considerado la metodología de la investigación, el tipo de investigación, enfoque, alcance y diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección y procesamiento de la información obtenida

El Capítulo IV, se presenta los resultados obtenidos en el cuestionario aplicado a la muestra de estudio con tablas, gráficos y su respectiva interpretación.

El Capítulo V, se realizó la discusión de resultados contrastados a los antecedentes y bases teóricas planteadas. Y al término de la tesis se encuentran las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del Problema

Nuestra sociedad a lo largo de los años ha experimentado cambios culturales, sociales y económicos debido a que vivimos en un mundo globalizado, esto ha desarrollado una nueva percepción del rol que cumple la economía en la sociedad y su relevancia para alcanzar el desarrollo y mejoramiento de la calidad en un país. La humanidad siempre ha buscado medios para lograr su desarrollo y evolución y entre ellos están los tributos, siendo uno de los principales ingresos que los países emplean para edificar sus estructuras económicas, sociales y políticas, con el fin de satisfacer las necesidades de los ciudadanos tales como políticas sociales, seguridad pública, asistencia médica, entre otros.

Odila B. (2012) La Cultura Tributaria, forma parte de un proyecto del mismo nombre, cuyo objetivo es hacer que la ciudadanía comprenda la importancia de pagar tributos y utilizar medios adecuados que proporciona la Administración Tributaria como son las charlas, orientaciones, etc.

Moreno (2014), nos dice que el cumplimiento de las obligaciones tributarias es una acción basada en un deber que todo sujeto pasivo debe realizar para contribuir con el estado en su función de cubrir las necesidades públicas existentes en una sociedad. En nuestro país existen leyes que regulan las normas tributarias, que para muchos contribuyentes son muy complejas, las cuales tienen el objeto de facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, estableciendo pautas y normas para evitar incurrir en incumplimientos. Pero por x motivos se incurre en faltas en pago de impuestos, generando de esta forma incumplimientos tributarios ya sea sustanciales o formal.

El incumplimiento tributario se da en muchos sectores de comercio, nacional o local, esto es un problema que caracteriza a los comerciantes que en muchos casos se convierte en una costumbre el no cumplir con pagar sus tributos de manera voluntaria sino por una fuerte exigencia de la Administración Tributaria. El cumplimiento de las obligaciones tributarias es esencial pues constituye la forma más activa de ejercer la ciudadanía, en tal sentido la falta de una cultura tributaria constituye un problema trascendental generando un retroceso en la economía.

Según Goicochea G. (2015), ahora podemos preguntarnos si los peruanos tenemos cultura tributaria, para comenzar hay que decir que casi el 70% de nuestro mercado es informal, esto quiere decir que gran parte de personas no contribuyen pagando sus impuestos. También están los “formales” quienes no declaran y pagan todos sus impuestos, tal vez disminuyendo sus ingresos o aumentando sus compras. Puede ser que este sector informal y evasor haya sido el motor o impulsor de nuestra economía, pero esto a costa de otros y finalmente este sector vive con inseguridad que en cualquier momento podrá ser detectado.

El presente trabajo de investigación se inicia incorporando estos antecedentes donde entendemos que nuestro mayor problema es el desconocimiento tributario, lo cual origina deficiencia y poca valoración por cumplir las obligaciones tributarias.

Huánuco no es ajena a esta realidad, existe poca conciencia tributaria por parte de los comerciantes ferreteros de pagar voluntariamente las obligaciones tributarias ya que más de la mitad de los comerciantes manifiestan no sentirse motivados ni retribuidos de alguna forma por parte de la Administración Tributaria.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera los conocimientos tributarios influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019?
- ¿De qué manera la valoración a los tributos influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019?
- ¿De qué manera la conciencia tributaria influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019?

1.3. Objetivo general

Determinar de qué manera la cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.

1.4. Objetivos específicos:

- Determinar de qué manera los conocimientos tributarios influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.
- Determinar de qué manera la valoración a los tributos influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.

- Determinar de qué manera la conciencia tributaria influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.

1.5. Justificación de la investigación

La presente investigación se justifica por las siguientes razones:

1.5.1. Justificación teórica:

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo con el propósito de contribuir con un nuevo material académico útil al conocimiento de los gerentes, administradores, profesionales y alumnos de distintas universidades como base de información para aportar información para futuras investigaciones, ya que se estaría demostrando que la cultura tributaria influye significativamente en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.

1.5.2. Justificación Práctica:

El presente estudio de investigación se justifica, debido a que es un tema transcendental y de actualidad, surge por la necesidad de saber cómo influye la cultura tributaria en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco.

1.5.3. Justificación Metodológica

Se utilizó como técnica de investigación la encuesta y el instrumento, el cuestionario. Esta investigación servirá como antecedente para otras investigaciones de su misma naturaleza. Esta investigación es descriptivo – correlacional, descriptivo porque busca especificar las propiedades y las características de un fenómeno que se someta a un análisis y correlacional, porque el presente estudio tiene como finalidad

conocer la relación influencia que exista entre dos o más variables en una muestra o contexto en particular.

1.6. Limitaciones de la investigación

El presente trabajo de investigación cuenta con las siguientes limitaciones:

Tiempo: Una de las limitaciones de esta investigación es el tiempo que me tomó realizar las investigaciones ya que debido a cuestiones laborales no se pudo contar con disponibilidad a tiempo completo para la realización de la tesis.

Acceso a documentación privada: los empresarios ferreteros no tienen la facilidad o la confianza suficiente para mostrarte sus documentos privados y eso no permite tener datos más exactos con referente a la investigación.

1.7. Viabilidad de la investigación

La presente investigación es viable porque cuenta con un asesoramiento de un profesional en la materia, además porque cuenta con el apoyo de la tecnología, materiales y recursos que apoyaran a recopilar los datos e información requerida, para lograr el desarrollo de la presente investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Alejandro Z. (2012) desarrolló una tesis magistral sobre “Auditoría de cumplimiento tributario y su incidencia en las obligaciones tributarias de la empresa Sixmagricola S.A,” Cantón Quevedo. Ecuador.

Llegando a las siguientes conclusiones:

Aplicar cuestionarios de control interno a los procesos tributarios, desarrollar procedimientos y técnicas de auditoría que nos permitieron comprobar cuál es el nivel de confianza de las declaraciones de impuestos presentadas por la Empresa, evaluar el grado de eficacia de la documentación soporte y analizar si se efectúa la correcta aplicación de los porcentajes de retención en la base imponible.

SIXMAGRICOLA S.A, no presenta errores o inconsistencias en las Retenciones de Impuesto a la Renta y Retenciones del Impuesto al Valor Agregado (I.V.A), se tiene total conocimiento sobre la base imponible y el porcentaje a retener. Los controles existentes de recepción y validación de la documentación soporte presentan un nivel de confianza de un 84%, lo que implica que son efectivos, dando como riesgo de control un 16% sobre los procesos tributarios.

El informe de auditoría de cumplimiento tributario sobre las obligaciones del contribuyente le permitirá formarse una visión global de cómo está cumpliendo con las obligaciones ante la Administración tributaria, y determinar si los procedimientos aplicados son los correctos o erróneos.

Banfi (2013), en su tesis denominada “La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria”, Universidad de Venezuela.

tuvo como objetivo “analizar la cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria”, bajo el fundamento teórico legal de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999. Llegando a las siguientes conclusiones:

La cultura tributaria debe de fomentarse desde los primeros niveles de enseñanza hasta el nivel superior, para posteriormente plasmarla en las diferentes actividades socioeconómicas. Por ello, debemos enfatizar que la cultura tributaria es un aspecto muy importante para lograr el desarrollo del país; por lo tanto, es necesario fomentar la enseñanza en materia de cultura tributaria para poder generar una consciencia tributaria en los ciudadanos, ello servirá para mantenerlos informados y actualizados en todo el país.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Yman K. (2016) desarrolló una tesis sobre “Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes” Universidad Nacional de Tumbes. Llegando a las siguientes conclusiones:

Existe una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes y también por parte de los consumidores al momento de pagar sus compras, al respecto un 48% de los comerciantes no emite el comprobante de pago cuando no se lo solicitan.

Un 15% de los comerciantes indican que sus ventas diarias promedio son mayores a las declaradas mensualmente, refiriendo que es común ver que otros comerciantes no paguen impuestos.

De la aplicación del programa de difusión tributaria se obtuvieron resultados favorables con una diferencia en los promedios registrados en el pre y post test de 6.74 representando una incidencia significativa en el nivel de cultura tributaria de los comerciantes.

Isidro, (2016) desarrolló una tesis sobre “Cultura tributaria en la formalización de las Mypes”, Universidad de Ciencias y Humanidades, realizado en provincia de Pomabamba – Ancash 2013.

Llegando a las siguientes conclusiones:

El nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy bajo por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas ya que en dicha zona no existen; por Tal motivo la empresa T&L S.A.C. incurrió en muchos errores durante su formalización.

El gobierno de la provincia de Pomabamba no cuenta con una política o plan de acciones correspondientes en la difusión de los temas tributarios ni en la supervisión de ellos, por el cual en su jurisdicción existe un alto índice de informalidad y es así que la empresa T&L S.A.C. aún no cuenta con licencia de funcionamiento.

La formalización de una microempresa en la provincia de Pomabamba es muy costosa y demanda mucho más tiempo, a comparación con la ciudad de Lima; además los contribuyentes desconocen de la ley MYPE, tal es el caso de la empresa T&L S.A.C. quien no se acogió a dicha norma.

En general concluimos que la empresa T&L S.A.C. Aún no está acogido en el rango de sus obligaciones y beneficios que estipula el D.L. 1086 lo cual es más favorables que estar en la normativa general.

2.1.3. Antecedentes regionales

Mariluz R. (2017) En su tesis titulada “La Cultura Tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de microempresas comerciales en el sector abarrotes del distrito de Pillco Marca”. Realizado en la Universidad de Huánuco. Llegando a las siguientes conclusiones:

Se determina que la cultura tributaria si influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los microempresarios del distrito de Pillco Marca, Los microempresarios opinan qué si

conocen algo sobre obligaciones tributarias, también conocen algo sobre tributos, a los cuales conociendo un poco sobre estos temas les permite cumplir con sus obligaciones tributarias procurando evitar sanciones.

Los microempresarios manifiestan estar de acuerdo que la educación en los colegios sobre tributación puede generar conciencia tributaria.

Se determina que la difusión y orientación tributaria si influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los microempresarios del distrito de Pillco Marca, donde el 30,99% indican que muchas veces han recibido volantes con temas tributarios.

Figueroa G. (2017), desarrollo una tesis titulada la Cultura Tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la galería Polvos Azules. Universidad de Huánuco. Llegando a las siguientes conclusiones:

Determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de los comerciantes de la galería Polvos Azules de la ciudad de Huánuco.

Se determinó que los comerciantes tienen conocimientos básicos de tributación, lo cual influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales de los comerciantes de la galería Polvos Azules de manera que el 95% emite sus comprobantes de pago y el 80% paga sus impuestos en los plazos establecidos.

Se determinó que los comerciantes de la galería Polvos Azules, ya sea por falta de tiempo o por no tomarle importancia al tema un 71% no ha asistido a charlas dictadas por la SUNAT con respecto a información tributaria. El 81% de los comerciantes manifiestan que si declaran todos sus ingresos y ventas reales y que el 80% de los

encuestados manifiestan que si pagan el impuesto en los plazos establecidos.

Los comerciantes cumplen con sus obligaciones como es la declaración y pago de sus impuestos, pero no lo hacen de manera voluntaria, sino por obligación y temor a las sanciones impuestas por la SUNAT.

2.2. Bases teóricas

Cultura

La Real Academia de la Lengua Española, define a la cultura como un “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimiento y grados de desarrollo artísticos, científico, industrial en una época, grupo social”. De la definición anterior se corrige la importancia de la cultura. Y la misma que debe ser garantizada y promovida principalmente por el Estado para lograr el desarrollo de la sociedad en los diferentes campos. DRAE (2012)

Cultura tributaria

Según Roca (2008) refiere la cultura tributaria como un “conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”.

Por lo tanto, las personas dedicadas al comercio, así como el público en general deben estar más informados acerca de sus obligaciones tributarias.

Según Colmenares (2019) Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria, afirma que la cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes que adquieren los miembros de una sociedad referente a la tributación y leyes que las rigen, esto se traduce en una conducta manifestada por el cumplimiento permanente de las obligaciones tributarias con base en la

razón, confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respecto a la ley y responsabilidad ciudadana, tanto de los contribuyentes como de los funcionarios de las distintas administraciones tributarias

A su vez, Silvestri (2011), define la cultura tributaria como “un campo de las representaciones sociales sobre la relación Estado sociedad que ha sido poco explorada por las ciencias sociales”.

Los autores citados resaltan la importancia del grado de conocimiento de la sociedad sobre las cuestiones tributarias y sus implicancias; así como, reconocen que la misma es todavía poco explorada y difundida por las ciencias sociales. De todo ello se desprende que el conocimiento de los asuntos relacionados con los tributos es fundamental para la formación de una cultura tributaria, más aún si se tiene razón de las consecuencias negativas que conlleva la carencia social de la misma.

2.1.1. Dimensiones de cultura tributaria

Conocimientos Tributarios

Para Solórzano (2012), la formación de la cultura tributaria es “una herramienta importante en el país que permitirá brindar un conocimiento adecuado de manera didáctica sobre el sistema tributario a los ciudadanos para que de esta forma conozcan sus obligaciones como buenos ciudadanos y los cumplan, para que la población acepte y esté de acuerdo con lo estipulado. El Estado debe implementar un curso específico de tributación en los distintos niveles de enseñanza.

En los distintos países del mundo, la apropiada formación académica tributaria es una dificultad para todo gobierno. Nuestro país no es ajeno a ello. A causa de la inexistencia de una adecuada política educativa en materia tributaria los ciudadanos carecen de conocimiento, orientación

e información en los asuntos tributarios, y más aún cuando los servicios que brinda el Estado son deficientes. Estas acciones han ocasionado que la mayoría de los contribuyentes prefieran continuar en la informalidad.

A su vez, respecto a la educación tributaria, Silvina Gvirtz, señala lo siguiente: “la síntesis es que si uno evade impuestos no es corrupto porque el dinero se usa mal. El razonamiento debería ser: hay que pagar todos y cada uno de los impuestos con el dolor y el sacrificio que eso implique y a su vez reclamar que el Estado y sus gobernantes rindan cuenta cómo gastan el dinero”.

Normas tributarias

Referentes a la SUNAT:

- **Cronograma SUNAT**, Según SUNAT (2018) El cronograma para la declaración y pagos mensuales del año 2019 se aprobó mediante Legal: Anexo - Resolución de Superintendencia N°306-2018/SUNAT, publicada el 31.12.18. Resolución de Superintendencia N°127-2019/SUNAT, publicada el 19.06.19.
- **UIT**, Según Peru 21, (2019) El nuevo valor de la Unidad Impositiva Tributaria (**UIT**) fue aprobado por el Gobierno y asciende a S/4,200, este regirá desde el 1 de enero del **2019**, según Decreto Supremo 298-2018-EF, publicado en las Normas Legales del diario El Peruano.
- **TIM**: Según EL PERUANO, (2019) Aprueban Tasa de Interés Moratorio (**TIM**) aplicable a tributos administrados y/o recaudados para el año **2019**-ORDENANZA-N° 002-**2019**-MDM.

Valoración de los Tributos

Según Barra (2006), la valoración de los tributos debe entenderse como la determinación del verdadero costo que

generan para una empresa; siendo así, no solo incluyen el valor de los tributos, multas e intereses moratorios; si no otros conceptos como los tiempos que se utilizan en la determinación, declaración y pago; los movimientos que se realizan para cumplir con los mismos, tal es el caso de los movimientos que se realizan para conseguir los formularios, llenarlos, presentarlos; también el costo de los insumos que originan, tal es el caso de tintas de impresora, papel, lapiceros y otros. Es decir, la valoración real de los tributos no solo incluye la prestación tributaria, sino también los elementos vinculados. La consideración de todas estas erogaciones permitirá sincerar los costes empresariales. En este contexto la innovación en la valoración de los tributos no solo se da determinando la prestación tributaria, es decir la cuantía del tributo, si no determinando los costos reales que originan todo esto mediante la ponderación de todos los elementos concurrentes.

Conciencia Tributaria

Según Alva (1995). Es una tarea difícil dar una definición de algo subjetivo que está en la mente de una persona, pero eso no significa que no podamos dar un concepto de conciencia tributaria; entendiendo a ésta como la “interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados”. Por tal motivo señalamos tres puntos, el primero es donde normalmente se percibe el factor de riesgo, que los contribuyentes observan que es mejor cumplir que faltar a la normatividad tributaria. El segundo, cumplir de manera voluntaria, que se refiere a que los contribuyentes deben, sin necesidad de coacción, verificar cada una de las obligaciones tributarias que les impone la Ley. Lo importante que lo realice

sin presión de ninguna clase. Tercero, es que el cumplir acarreará un beneficio común para la sociedad. Siendo el contribuyente parte de la misma, por ello, cuando se pagan los tributos prediales, los contribuyentes como parte de la sociedad podrán beneficiarse de mejores servicios, como pistas veredas, muros de contención seguridad y limpieza pública.

Educación Cívico-Tributaria.

La educación cívico-tributario es una de nuestras grandes deficiencias como país, vivimos tiempos donde solo se enseña en los colegios números, letras, ciencias, etc. Y se ha dejado de lado o nunca se ha incluido una política de educación cívico-tributario en las escuelas o colegios de nuestro Perú. El Ministerio de Educación está más enfocado en resaltar e incluir una política de igualdad de género dejando de lado la educación cívico-tributario y dejando de lado de manera indirecta el futuro del país.

El Servicio de Impuestos Internos (SII) de Chile (Escobar Calderón) ha desarrollado un proyecto de educación cívico-tributaria con la colaboración del Ministerio de Educación, que apoya la entrega de contenidos e información a la ciudadanía, específicamente en aspectos fiscales. Este proyecto a largo plazo permitirá abarcar gran parte de los futuros contribuyentes, generando en ellos, mayor conciencia tributaria para promover el cumplimiento voluntario de sus obligaciones, ya que la educación es considerada un medio eficaz por su influencia en la formación de valores, en el desarrollo de actitudes y conductas, en la transmisión de conocimientos y en la promoción de comportamientos deseables para el mejoramiento de la calidad de vida individual y colectiva. Este proyecto está orientado a estudiantes de la enseñanza básica, niños entre 6 y 13 años de edad, donde se inculcan valores cívicos a alrededor de 2 millones de estudiantes. La intención

es contribuir en la formación a través de situaciones prácticas y aplicadas a la vida cotidiana, para así generar puentes de comunicación con quienes serán los nuevos y futuros usuarios del país.

Obligaciones tributarias

Robles (2008), define las obligaciones tributarias como aquel vínculo jurídico en el que el deudor tiene que dar al acreedor un monto de dinero o una cantidad de bienes determinados por ley. Ello, conformado por los correlativos derechos y deberes emergentes del poder tributario del titular sobre los contribuyentes y terceros.

Por otra parte, la SUNAT, en el Artículo 1, del código tributario precisa que “la obligación tributaria es un derecho público”, en otras palabras, es “un nexo jurídico entre el acreedor y deudor tributario, establecido por ley, que tiene por finalidad cumplir con la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente”. SUNAT (2017)

a. Nacimiento de la obligación tributaria

La obligación tributaria surge cuando se realiza el hecho previsto en la legislación, como generador de dicha obligación.

b. Exigibilidad de la obligación tributaria

En el Artículo 3 del Código Tributario, la SUNAT hace referencia a la exigibilidad de la obligación tributaria:

Cuando deba ser determinada por el deudor tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado por Ley o reglamento; y

Cuando deba ser determinada por la administración tributaria, desde el día siguiente al vencimiento del plazo para el pago donde figurará la resolución que contenga la determinación de la deuda tributaria. SUNAT (2017)

c. Determinación de la obligación tributaria

La SUNAT, en el Artículo 59° del Código Tributario refiere al acto de la determinación de la obligación tributaria donde:

El deudor tributario verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria; y

La administración tributaria verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, identificando al deudor tributario. SUNAT (2017)

d. Inicio de la determinación de la obligación tributaria

En el Artículo 60° del Código Tributario, refiere que la determinación de la obligación tributaria se inicia:

Por acto o declaración del deudor tributario; y por la administración tributaria, por propia iniciativa o denuncia de terceros. Para tal efecto, cualquier persona puede denunciar a la administración tributaria la realización de un hecho generador de obligaciones tributarias. SUNAT (2017)

2.1.2. dimensiones de las obligaciones tributarias

Obligaciones Sustanciales

También llamada obligación principal, la cual constituye una prestación de carácter patrimonial, que vista desde una doble perspectiva puede ser expresada en una obligación de dar (el contribuyente) y recibir (el Fisco). Dar en la generalidad de los casos una suma de dinero (art. 27° inc. a) o una especie o especies en su excepcionalidad (art. 32° in fine), constituye una tarea propia del contribuyente. Sin embargo, es propio señalar que recibir el valor monetario que esa pretensión supone, es una obligación que le corresponde al Fisco.

Obligaciones Formales

Son obligaciones accesorias que giran en torno a la obligación principal y que surgen de una interrelación entre el sujeto activo y sujeto pasivo de la obligación principal con la finalidad de facilitar su cumplimiento.

Es preciso señalar que existen obligaciones formales tanto del sujeto pasivo como del sujeto activo (Administrador tributario).

Inscripción en el RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el padrón que contiene los datos de identificación de las actividades económicas y demás información relevante de los sujetos inscritos. El Número RUC es único y consta de once dígitos y es de uso obligatorio en toda declaración o trámite que se realice ante la SUNAT.

Es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT y constituye una base de datos cuya información es actualizada permanentemente por los contribuyentes y por la misma SUNAT. Este registro permite otorgar a cada persona, entidad o empresa un RUC que consta de 11 dígitos que es de carácter permanente y de uso obligatorio en todo trámite ante la SUNAT.

Para obtener su número de RUC deberá acercarse a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano a su domicilio fiscal

Cuadro N° 01 Requisitos de Inscripción para Empresas

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS		
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO (*)		PERSONA JURÍDICA
SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR NO ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	DNI del Representante Legal
Exhibir el original del DNI	Exhibir el original del DNI	Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario. <i>(verificar requisitos adicionales según tipo de contribuyente a inscribir).</i>
	Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.	

Fuente: SUNAT**Elaboración:** El Investigador

Comprobantes de pago

El comprobante de pago es el documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. SUNAT, Orientaciones (1999) Para ser considerado como tal debe ser emitido y/o impreso conforme a las normas del Reglamento de Comprobantes de Pago (Resolución de Superintendencia N° 007-99-SUNAT). Conforme el Reglamento de Comprobantes de Pago existen los siguientes tipos:

Cuadro N° 02 Comprobantes de Pago

COMPROBANTES DE PAGO
Facturas
Boletas de Venta
Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras
Liquidaciones de compra
Comprobante de Operaciones – Ley N° 29972
Documentos autorizados

Fuente: SUNAT**Elaboración:** El Investigador

Libros y/o registros contables

La obligatoriedad para el llevado de los libros contables de las entidades y empresas tienen como referencia los ingresos obtenidos en el ejercicio gravable anterior y la UIT vigente en el ejercicio en curso. Asimismo, los perceptores de rentas de tercera categoría que inicien actividades generadoras de estas rentas en el transcurso del ejercicio considerarán los ingresos que estimen obtener en el ejercicio.

La cantidad de libros obligados a llevar se determina en base al régimen tributario a que se encuentra la entidad o la empresa y en el caso de estar comprendido en el régimen general en base al volumen de los ingresos anuales que esta tenga.

En el Régimen tributario denominado Nuevo RUS, no es obligatorio llevar libros ni registros contables.

En el Régimen Especial de Renta-RER y el Régimen General de Renta, la obligación se resume como sigue: SUNAT (1999)

Cuadro N° 03 Libros y/o Registros Contables

Régimen Tributario	Libros que se llevan	
Régimen Especial de Renta-RER	Registro de Compras y Registro de Ventas	
Régimen General de Renta	Volumen de Ingresos brutos anuales	Libros obligados a llevar
	Hasta 300 UIT	-Registro de Compras -Registro de Ventas -Libro Diario Simplificado
	Más de 300 UIT hasta 500 UIT	Diario;Mayor; Registro de Compras y Registro de Ventas,
	Más de 500 UIT hasta 1,700 UIT	Libro de Inventario y Balances; Diario;Mayor; Registro de Compras y Reg. De Ventas
	Más de 1,700 UIT	Contabilidad Completa

Fuente: SUNAT

Elaboración: El Investigador

2.3. Definiciones conceptuales

1. **Actitud:** Disposición de ánimo manifestada de algún modo.
2. **Conciencia Tributaria:** Producto de la percepción interna del ser humano y la educación tributaria recibida durante años de formación.
3. **Código Tributario:** Conjunto orgánico y sistemático de las disposiciones y normas que regulan la materia tributaria en general.
4. **Costumbre:** Hábito, modo habitual de obrar o proceder establecido por tradición o por la repetición de los mismos actos y que puede llegar a adquirir fuerza de precepto.
5. **Cultura:** Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.
6. **Educación Tributaria:** Formación tributaria adquirida con el fin de desarrollar valores y actitudes de responsabilidad tributaria.
7. **Evasión Tributaria:** Mecanismo de tipo ilegal cuyo propósito primordial es transgredir la norma para poder dejar de tributar, es la conducta ilícita del contribuyente, dolosa o culposa, consiste en un acto o en una omisión, cuya consecuencia es la disminución del pago de una obligación tributaria que ha nacido válidamente a la vida del derecho.
8. **Elusión Tributaria:** Es una figura consistente en no pagar determinados impuestos que aparentemente debería abonar, aparándose en resquicios legales, no previstos por el legislador al momento de redactar la ley.
9. **Ferretería:** Tienda donde se venden diversos productos manufacturados de metal o de otros materiales, principalmente objetos necesarios para el hogar y utensilios de carpintería, fontanería, labranza, etc.
10. **Impuesto:** Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del estado.

- 11. Impuesto a la renta:** Es un tipo de impuesto que se determina anualmente, y que su ejercicio gravable considera comienza el 1 de enero y finaliza el 31 de diciembre de cada año.
- 12. Informalidad:** Estado de una persona o institución que no cumple con ajustarse a los requerimientos de ley.
- 13. Obligaciones Tributarias:** Es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente.
- 14. Tributación:** La acción de pagar las obligaciones que tienen los ciudadanos con el estado en función a la actividad económica que realizan.
- 15. Valores:** Cualidades positivas para desarrollar una determinada actividad.

2.4. Hipótesis

Hipótesis general

La cultura tributaria influye significativamente en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.

Hipótesis específicas

- Los conocimientos tributarios influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.
- La valoración a los tributos influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.
- La conciencia tributaria influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.

2.5. Variables

2.5.1. Variable independiente:

Cultura Tributaria

2.5.2. Variable dependiente:

Obligaciones Tributarias

2.6. Operacionalización de variables.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
CULTURA TRIBUTARIA	CONOCIMIENTOS TRIBUTARIOS	Conocimientos sobre tributos	¿Sabe usted que es un tributo?
		Normas tributarias	¿Conoce usted las normas acerca de la tributación?
		Conocimiento sobre obligaciones tributarias	¿Sabe usted que existe un cronograma de pagos establecido por SUNAT, para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias referido al pago de tributos?
	VALORACIÓN A LOS TRIBUTOS	Aptitud tributaria	¿Usted cree que es muy importante pagar los tributos?
		Responsabilidad	¿Usted efectuaría sus declaraciones y pagos de impuesto sin el control del estado?
		Honestidad	¿Usted declara todos sus ingresos o ventas reales para el pago de sus impuestos?
	CONCIENCIA TRIBUTARIA	Educación Cívica	¿Considera usted que la educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria?
		Voluntad de pago	¿Alguna vez se ha desmotivado para cumplir con el pago de los tributos?
		Motivación en el cumplimiento tributario	¿Recibe usted algún tipo de motivación por parte de la SUNAT por cumplir con sus impuestos puntualmente?
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	OBLIGACIONES FORMALES	Inscripción en el RUC	¿Se encuentra usted debidamente inscrito en el Registro Único de Contribuyentes?
		Emitir comprobantes de pago	¿Emite y/o otorga usted comprobantes de pago por las operaciones comerciales que realiza?
		Libros y/o registros contables	¿Usted lleva libros y/o registros contables?
		T. Registro- SUNAT	¿Usted ingresa a sus trabajadores en el T. Registro en el primer día del ingreso al centro de trabajo?
	OBLIGACIONES SUSTANCIALES	Pago de impuestos dentro de los plazos establecidos	¿Paga usted su impuesto en los plazos indicados?
		Pago de contribuciones	¿Usted ha pagado multas por presentación fuera de plazos de sus declaraciones mensuales?
			¿Paga usted sus contribuciones por sus trabajadores que están en planilla?

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipos de investigación

La presente investigación pertenece al tipo aplicada, debido a que se caracteriza por su búsqueda de la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, para generar solución y sistematizar la práctica basada en investigación. Hernández Sampieri (2014)

3.1.1. Enfoque

El enfoque al cual pertenece el estudio es cuantitativo. Por utilizar la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías, según Hernández Sampieri (2014)

3.1.2. Alcance o nivel

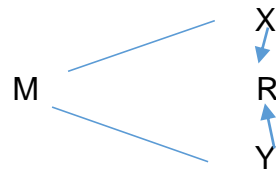
Se dice que es un estudio descriptivo, porque busca especificar las propiedades y las características de un fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren. Se dice correlacional, a que el presente estudio tiene como finalidad conocer la relación influencia que exista entre dos o más variables en una muestra o contexto en particular. Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias. Hernández Sampieri (2014)

3.1.3. Diseño

El diseño de la investigación es no experimental. Según Hernández, Baptista y otros (2014) “El diseño descriptivo correlacional, trata de determinar el grado de relación existente entre dos o más variables de interés en una muestra de sujetos o el grado de relación existente entre dos fenómenos o actividades observadas. Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias.

Las asociaciones entre variables nos dan pistas para suponer las influencias y relaciones causa efecto. Vara (2012)

El esquema es el siguiente:



Dónde:

X = Cultura Tributaria (causa)

Y = Obligaciones Tributarias (efecto)

M= muestra

R= relación

En este esquema se puede ver la muestra (M) la influencia que existe entre la variable X, en este caso Cultura Tributaria y en la variable Y, Obligaciones Tributarias, donde la variable x, viene a ser el factor causa y la variable Y el factor efecto de la realidad problemática en el estudio de investigación. Cultura tributaria y obligaciones tributarias.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

Según Tamayo (1997) “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”.

La población total en estudio estuvo conformada por 20 ferreterías del mercado central de la ciudad de Huánuco.

Cuadro N° 04 Ferreterías del Mercado Central de Huánuco 2019

BASE DE DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE FERRETERIAS DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO 2019			
N°	NONMBRE COMERCIAL	TIPO	DOMICILIO
1	MONTERREY	Ferretería	Calle La Merced N° 131
2	FERRESA	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 764
3	Ferro PASCO	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 769
4	JIREH	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 758
5	Grupo ferretero	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 743
6	GRUPO LEON	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 738
7	CHARITO	Ferretería	Calle la Merced N° 120
8	METUSA	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 770
9	Ferretería DIOL	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 786
10	Ferretería la Esquina	Ferretería	Jr. Huánuco N° 798
11	CONFEPERU	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 781
12	G&S SAGITARIO	Ferretería	Jr. Huánuco N° 782
13	FERREBOOM	Ferretería	Jr. Huánuco N° 954
14	Ferretería	Ferretería	Jr. Huánuco N° 790
15	ONOFER	Ferretería	Jr. Huánuco N° 778
16	Inversiones G S	Ferretería	Jr. Huánuco N° 722
17	ALVARITO	Ferretería	Jr. Huánuco N° 732
18	SEÑOR DE BURGOS	Ferretería	Jr. Huánuco N° 753
19	SANTA ANA	Ferretería	Jr. Huánuco N° 735
20	MORALES	Ferretería	Jr. Huánuco N° 751

Fuente: El investigador

3.2.2. Muestra

Es el conjunto de datos extraídos de la población, seleccionado por algún método racional, siempre parte de la población. Se consideró una muestra no-probabilística, con muestreo de tipo

intencional o de conveniencia. Este tipo de muestreo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación. Hernández Sampieri (2014).

La muestra estará conformada por las 20 ferreterías del mercado central de Huánuco.

Cuadro N° 05 Ferreterías del Mercado Central de Huánuco 2019

BASE DE DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE FERRETERÍAS DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO 2019			
N°	NONMBRE COMERCIAL	TIPO	DOMICILIO
1	MONTERREY	Ferretería	Calle La Merced N° 131
2	FERRESA	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 764
3	Ferro PASCO	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 769
4	JIREH	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 758
5	Grupo ferretero	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 743
6	GRUPO LEON	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 738
7	CHARITO	Ferretería	Calle la Merced N°120
8	METUSA	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 770
9	Ferretería DIOL	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 786
10	Ferretería la Esquina	Ferretería	Jr. Huánuco N° 798
11	CONFEPERU	Ferretería	Jr. 28 de Julio N° 781
12	G&S SAGITARIO	Ferretería	Jr. Huánuco N° 782
13	FERREBOOM	Ferretería	Jr. Huánuco N° 954
14	Ferretería	Ferretería	Jr. Huánuco N° 790
15	ONOFER	Ferretería	Jr. Huánuco N° 778

16	Inversiones G S	Ferretería	Jr. Huánuco N° 722
17	ALVARITO	Ferretería	Jr. Huánuco N° 732
18	SEÑOR DE BURGOS	Ferretería	Jr. Huánuco N° 753
19	SANTA ANA	Ferretería	Jr. Huánuco N° 735
20	MORALES	Ferretería	Jr. Huánuco N° 751

Fuente: El investigador

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica para recopilar fue la encuesta, es una técnica de recolección de datos mediante el uso de cuestionarios que son aplicados a un grupo de personas.

El instrumento de recolección de datos es el cuestionario, consiste en elaborar un conjunto de preguntas respecto a las variables que se van a medir, las preguntas son de tipo cerradas, el cuestionario cuenta con 16 preguntas realizadas a los gerentes y administradores de las empresas ferreteras.

3.4. Para la presentación, análisis e interpretación de los datos

- **Cuadros estadísticos:**

Un cuadro estadístico es un instrumento que sirve para presentar resultados de la conceptualización y cuantificación de ciertos aspectos particulares del ambiente. Centro de Investigación y Desarrollo (2006)

Estadígrafos:

Es una función matemática que utiliza datos de muestra para llegar a un resultado que debe ser un número real. También son usados como valores de distribuciones de probabilidad sobre el cual se establecen inferencias estadísticas Glosario Términos estadísticos (2018).

Diagrama de Barras:

Un diagrama de barras o diagrama de columnas es una forma de sintetizar un conjunto de datos por categorías, son usados para

comparar dos o más valores. La altura de cada barra es proporcional a los valores de categoría que representa (TIBCO, 2014)

Programa SPSS:

Es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado. Originalmente SPSS fue creado como el acrónimo de Statistical Package for the Social Sciences aunque también se ha referido como "Statistical Product and Service Solutions" Es uno de los programas estadísticos más conocidos teniendo en cuenta su capacidad para trabajar con grandes bases de datos y un sencillo interface para la mayoría de los análisis.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. Selección y validación de los instrumentos

El instrumento utilizado previo a la investigación fue:

- Encuesta:

Fue elaborado con el propósito de obtener la información de las variables dependiente y variable independiente según los indicadores señalados, se ha establecido como escala de medición la escala de Likert, asimismo ello nos permitió evidenciar el cumplimiento de la variable.

La validez del instrumento se logró mediante la prueba piloto sometida a 20 sujetos que pertenecen a la muestra, también se realizó la prueba de juicio de expertos, conformado por profesionales y docentes reconocidos en la Región de Huánuco (Dr. Christian Paolo Martel Carranza; C.P.C. Víctor Manuel Cabrera; CPC. Jara y Claudio Nilton Alejandro). Donde los especialistas juzgaron que los ítems de la encuesta y la prueba de rendimiento responden a los objetivos de la investigación en estudio, es decir el instrumento posee validez de estructura y contenido.

Para verificar la confiabilidad de la encuesta, se aplicó a 20 gerentes o administradores con características similares a la muestra de estudio llamado piloto y los resultados lo presentamos en la siguiente tabla

Cuadro N° 06: Análisis de confiabilidad de la encuesta aplicada a los gerentes o administradores llamado piloto de las ferreterías del mercado central de la ciudad de Huánuco.

Muestra	CULTURA TRIBUTARIA									OBLIGACIONES TRIBUTARIAS							
	CONOCIMIENTO TRIBUTARIO			VALORIZACION A LOS TRIBUTOS			CONCIENCIA TRIBUTARIA			OBLIGACIONES FORMALES				OBLIGACIONES SUSTANCIALES			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	
1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	
3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	
4	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	
5	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	
6	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	
7	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	
8	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	
9	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	
10	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	
11	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	
12	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	
13	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	
14	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	
15	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
16	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	
17	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	
18	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	
19	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	
20	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	

Fuente: Resultados de la Prueba Piloto 2019.

Los resultados obtenidos con el software SPSS 22.0 se muestran en la tabla anterior, en donde se analizó el instrumento utilizando la prueba de: ALFA- CRONBACH, con el propósito de verificar su grado de confiabilidad, uniformidad, consistencia y la estabilidad de las puntuaciones a lo largo del tiempo, la ecuación es:

$$\alpha = \frac{N \bar{p}}{1 + \bar{p} (N - 1)}$$

Donde:

N = Número de ítems.

p = Promedio de las correlaciones entre los ítems.

α = Coeficiente de confiabilidad.

Reemplazando los valores obtenidos en la ecuación, hallamos el siguiente resultado:

$$\alpha = 0,754$$

Interpretación:

El resultado obtenido es de 0,754 este valor supera al límite del coeficiente de confiabilidad (0.60) lo cual nos permite calificar a la encuesta como confiable para ser aplicado en el grupo de estudio.

OPINIÓN DE EXPERTOS

Validación de la propuesta de investigación:

La propuesta de investigación es “La Cultura Tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019”, fue puesta a consideración de los siguientes expertos:

Evaluador Experto	Grado Académico e Institución donde Labora	Valoración de la Encuesta
Dr. CHISTIAN PAOLO MARTEL CARRANZA	Magíster en Gestión de Proyectos Universidad de Huánuco	16.00
CPC. NILTON JARA Y CLAUDIO	Contador Publico Colegiado	17.00
Mg. VICTOR MANUEL CABRERA	Contador Publico Colegiado	16.00
Promedio de la Ponderación		16.00

Fuente: Resultados de opinión de los expertos del instrumento – 2019.

Como el valor promedio obtenido para el instrumento correspondiente a la encuesta es de 16 puntos, producto del análisis del cuadro anterior los expertos afirmaron que el instrumento es aceptable porque se encuentra entre la escala de excelente siendo los valores considerados de 16 - 20 puntos en el instrumento evaluado; afirmamos que es aceptable la propuesta de experimentación.

4.2. Presentación de resultados.

En las siguientes tablas e imágenes mostramos a continuación, los resultados alcanzados del experimento ejecutado en “La Cultura Tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019”.

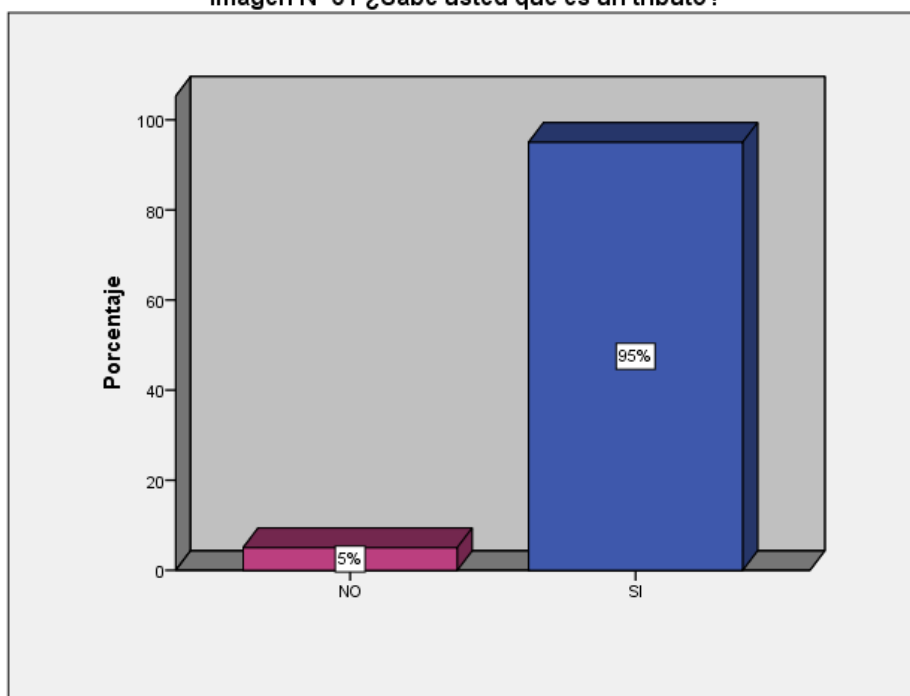
Tabla N° 01 ¿Sabe usted que es un tributo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	1	5,0	5,0	5,0
Válidos SI	19	95,0	95,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 01 ¿Sabe usted que es un tributo?



Fuente: Tabla N° 01.

Elaboración: El investigador.

Interpretación:

El 95% (19) de la muestra manifestaron conocer qué es un tributo y el 5% (1) manifestaron no conocer qué es un tributo. Este resultado nos indica que la mayoría de los administradores y/o dueños de las ferreterías sí tienen conocimiento que es un tributo y cuál es el uso que le da el Estado al mismo.

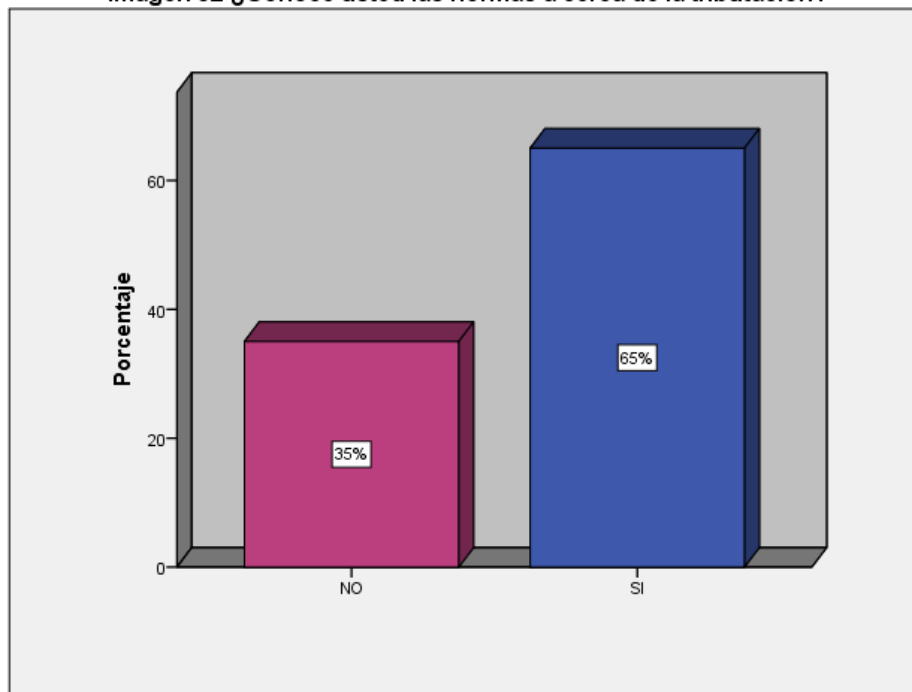
Tabla N° 02 ¿Conoce usted las normas a cerca de la tributación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	7	35,0	35,0	35,0
Válidos SI	13	65,0	65,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen 02 ¿Conoce usted las normas a cerca de la tributación?



Fuente: Tabla N° 02.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 65% (13) de la muestra manifestaron conocer acerca de las normas sobre tributación, y un 35% (7) manifestaron no conocer a cerca de las normas sobre tributación. Estos datos nos indican que hay conocimiento medio sobre normas de tributación por parte de los contribuyentes. Ya que varios de ellos atribuyen estos conocimientos a sus contadores. A los empresarios no les cautiva tanto aprender sobre las normas ya que su interés superior está en el giro de su negocio.

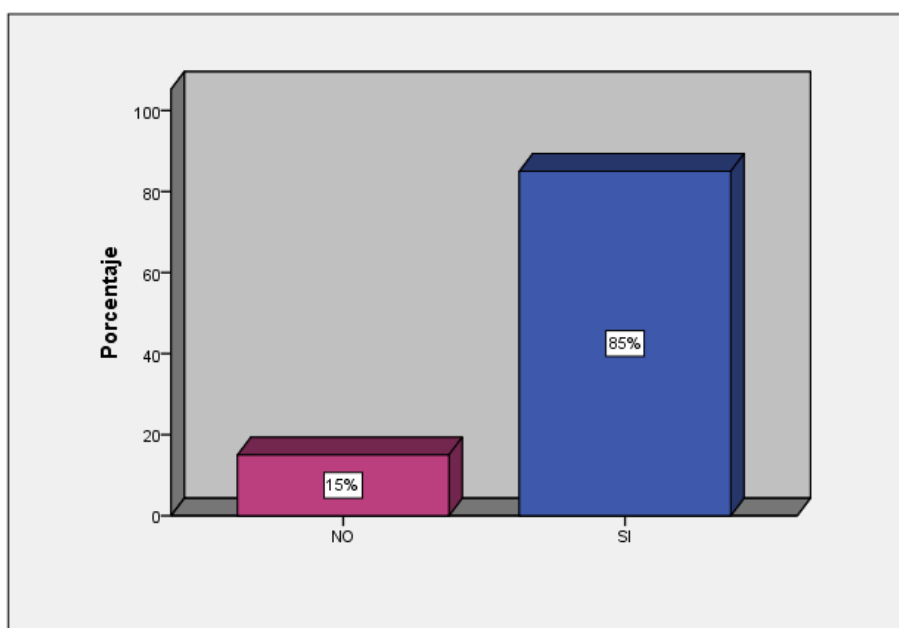
Tabla 03 ¿Sabe usted que existe un cronograma de pagos establecido por SUNAT, para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias referido al pago de tributos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	3	15,0	15,0	15,0
Válidos SI	17	85,0	85,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 03 ¿Sabe usted que existe un cronograma de pagos establecido por SUNAT, para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias referido al pago de tributos?



Fuente: Tabla N° 03.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 85% (17) de la muestra manifestaron saber que existe un cronograma de pagos establecido por SUNAT referido al pago de las obligaciones tributarias y el 15% (3) manifestaron no saber que existe un cronograma de pagos establecido por SUNAT referido al pago de las obligaciones tributarias. Estos datos nos muestran que la gran mayoría de los empresarios sabe cuándo deben pagar sus impuestos a la SUNAT, de acuerdo al último dígito de número de RUC.

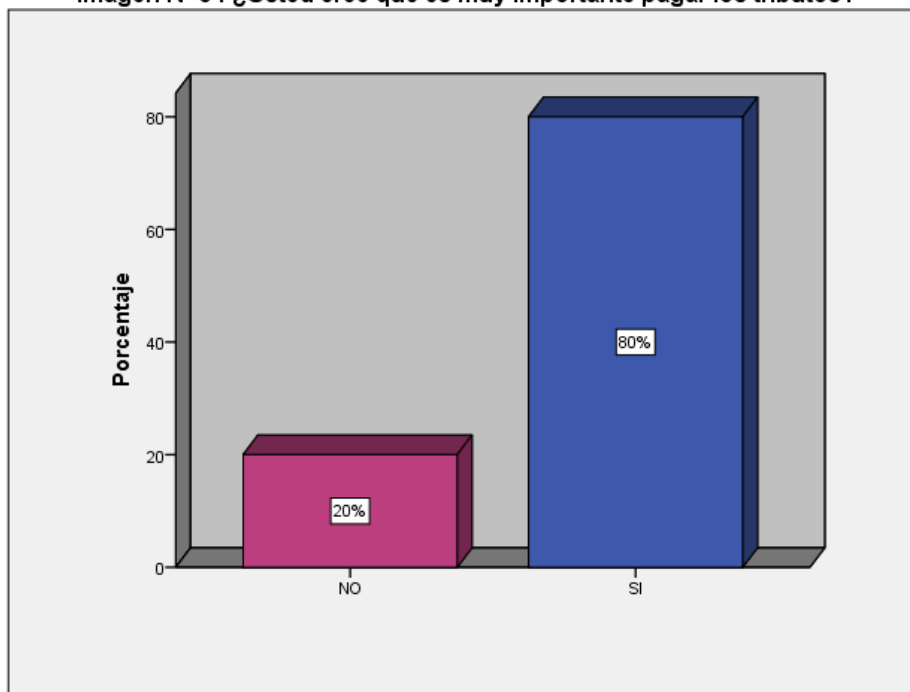
Tabla 04 ¿Usted cree que es muy importante pagar los tributos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	4	20,0	20,0	20,0
Válidos SI	16	80,0	80,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 04 ¿Usted cree que es muy importante pagar los tributos?



Fuente: Tabla N° 04.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 80% (16) de la muestra manifestaron saber que sí es muy importante pagar un tributo y el 20% (4) manifiestan no saber que es muy importante pagar un tributo. Estos datos nos indican que los empresarios ferreteros entienden bien la importancia de pagar un tributo, ya que gracias a ello el estado promueve más desarrollo para el país a través de sus diferentes Ministerios.

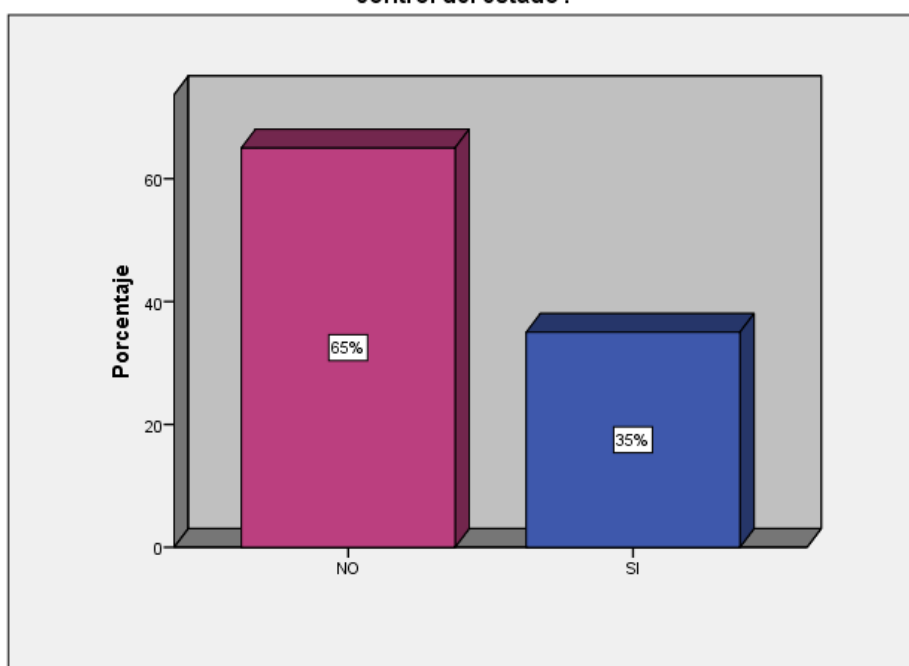
Tabla 05 ¿Usted efectuaría sus declaraciones y pagos de impuesto sin el control del Estado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	13	65,0	65,0	65,0
Válidos SI	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 05 ¿Usted efectuaría sus declaraciones y pagos de impuesto sin el control del estado?



Fuente: Tabla N° 05.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 65% (13) de la muestra manifestaron que no efectuarían sus declaraciones y pagos de impuesto sin el control del Estado y el 35% (7) manifestaron que sí efectuarían sus declaraciones y pagos de impuesto sin el control del Estado. Estos datos nos indican que en más de la mitad de los empresarios no hay conciencia tributaria ni valoración los tributos, si bien es cierto que consideran importante pagar un tributo, ellos no lo harían si no fueran fiscalizados por la Administración Tributaria.

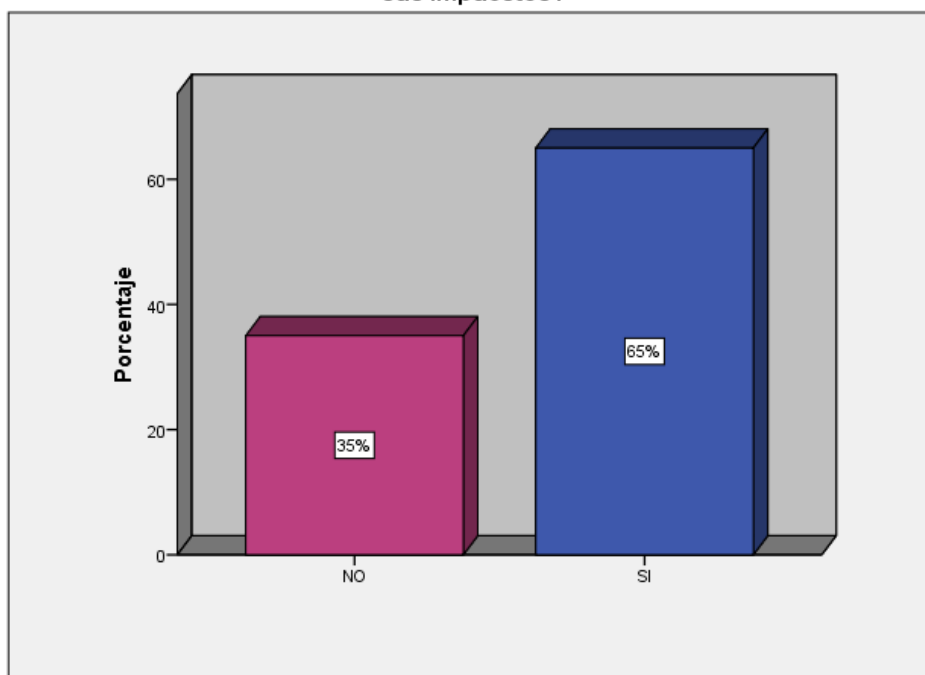
Tabla N° 06 ¿Usted declara todos sus ingresos o ventas reales para el pago de sus impuestos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	7	35,0	35,0	35,0
Válidos SI	13	65,0	65,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 06 ¿Usted declara todos sus ingresos o ventas reales para el pago de sus impuestos?



Fuente: Tabla N° 06.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 65% (13) de la muestra manifestaron que sí declaran sus ingresos o ventas reales para el pago de sus tributos y el 35% (7) manifestaron que no declaran sus ventas reales para el pago de sus tributos. Estos datos nos indican que no todos los empresarios declaran sus ventas reales, esto se da porque los contribuyentes no facturan todas sus ventas, algunos de ellos no son conscientes al momento de efectuar una venta.

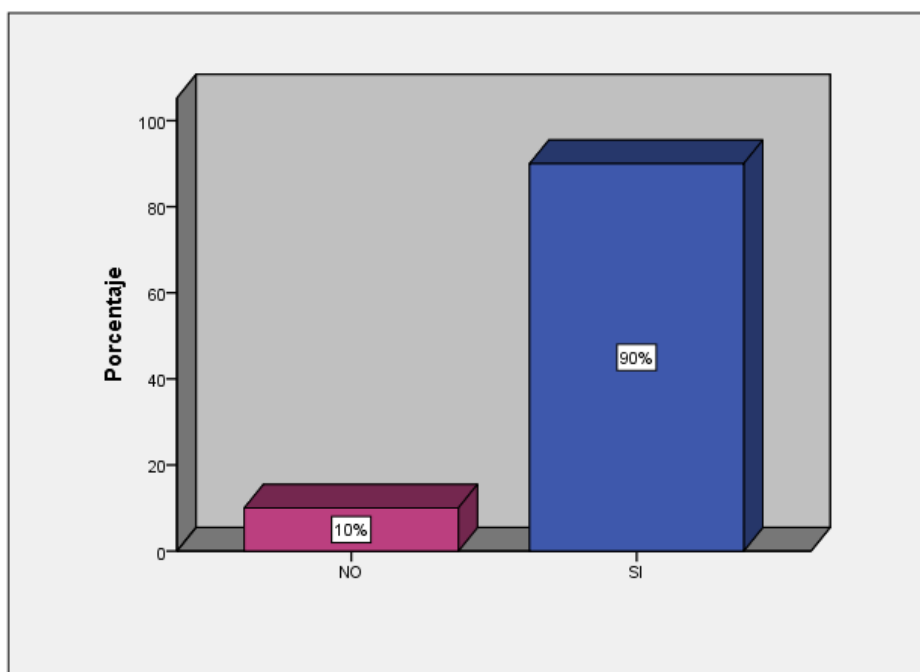
Tabla N° 07 ¿Considera usted que la educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	2	10,0	10,0	10,0
Válidos SI	18	90,0	90,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 07 ¿Considera usted que la educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria?



Fuente: Tabla N° 07.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 90% (18) de la muestra manifestaron que la educación cívica tributaria sí ayudaría a una mejor conciencia tributaria y el 10% (2) manifestaron que la educación cívica tributaria no ayudaría a mejorar la conciencia tributaria. Estos datos nos indican que todos coinciden en que necesitamos una mejor educación cívica tributaria. El interés del Estado es muy bajo en invertir en nuestros jóvenes y adolescentes en temas tributarios, de lo contrario tendríamos una mejor conciencia tributaria.

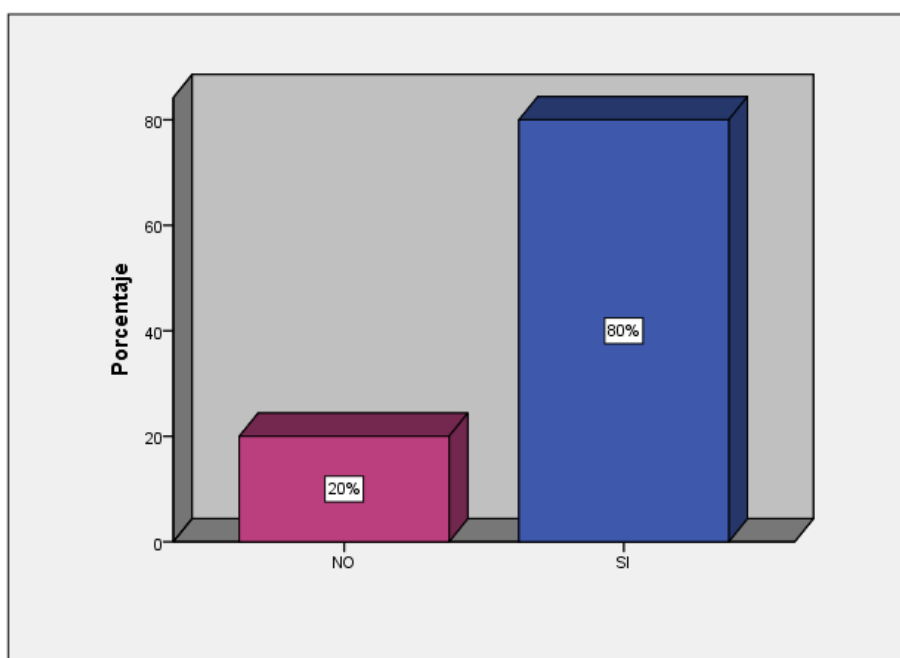
Tabla N° 08 ¿Alguna vez se ha desmotivado para cumplir con el pago de los tributos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	4	20,0	20,0	20,0
Válidos SI	16	80,0	80,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 08 ¿Alguna vez se ha desmotivado para cumplir con el pago de los Tributos?



Fuente: Tabla N° 08.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 80% (16) de la muestra manifestaron que en algún momento sí se han sentido desmotivados en cumplir con sus obligaciones tributarias y el 20% (4) manifestaron que no se sintieron desmotivados al cumplir con sus obligaciones tributarias. Estos datos nos indican la falta de compromiso tributario con el país y nuestra región, ya que los contribuyentes no ven mejoras y/o avances en los proyectos de inversión que tiene el Gobierno, porque aún no se ha comprendido con exactitud el trabajo que se realiza con respecto a los impuestos.

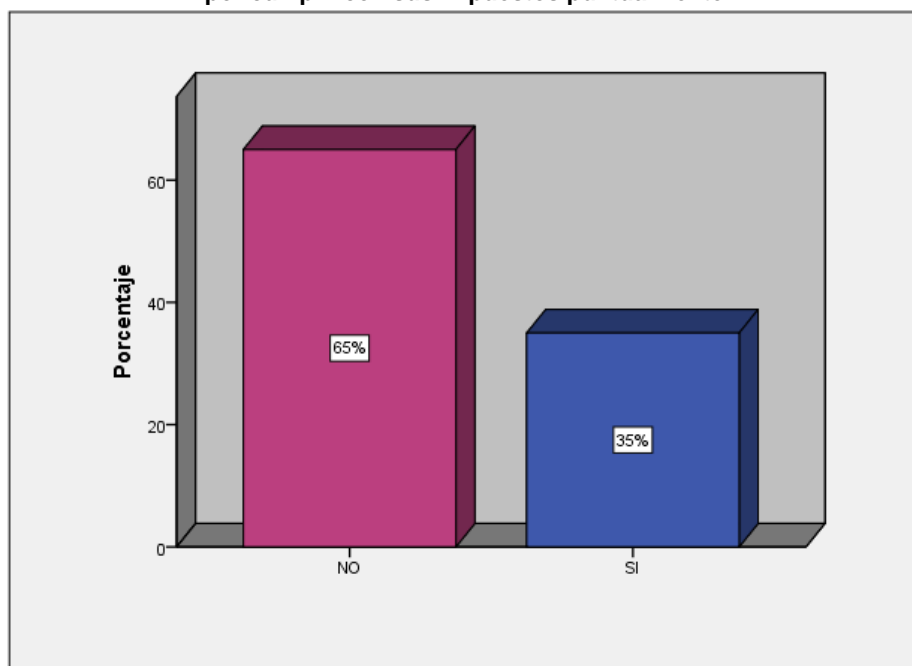
Tabla N° 09 ¿Recibe usted algún tipo de motivación por parte de la SUNAT por cumplir con sus impuestos puntualmente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	13	65,0	65,0	65,0
Válidos SI	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 09 ¿Recibe usted algún tipo de motivación por parte de la SUNAT por cumplir con sus impuestos puntualmente?



Fuente: Tabla N° 09.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 65% (13) de la muestra manifestaron que no reciben ningún tipo de motivación por parte de SUNAT por cumplir con el pago de sus impuestos puntualmente y el 35% (7) manifestaron que sí recibieron algún tipo de motivación por parte de SUNAT al cumplir con el pago de sus impuestos puntualmente. Este dato nos indica que el recaudador (SUNAT) poco o nada se interesa en incentivar a los empresarios ferreteros que cumplen puntualmente con sus pagos tributarios, y por el contrario cada vez es más riguroso en el control de las obligaciones tributarias.

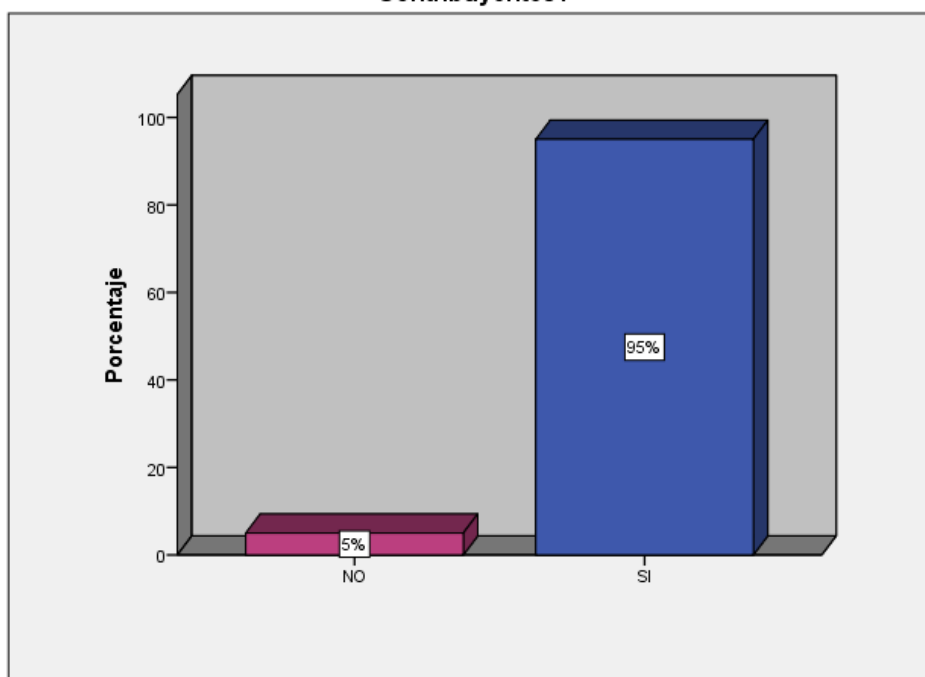
Tabla N° 10 ¿Se encuentra usted debidamente inscrito en el Registro Único de Contribuyentes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	1	5,0	5,0	5,0
Válidos SI	19	95,0	95,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 10 ¿Se encuentra usted debidamente inscrito en el Registro Único de Contribuyentes?



Fuente: Tabla N° 10.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 95% (19) de la muestra manifestaron que están inscritos debidamente en el Registro Único de Contribuyentes, y El 5% (1) de la muestra manifestaron que no están inscritos en el Registro Único de Contribuyentes. Este dato nos indica que la gran mayoría de los empresarios ferreteros están cumpliendo con la formalidad establecida por SUNAT, ya que este requisito es indispensable para el inicio y funcionamiento de un negocio.

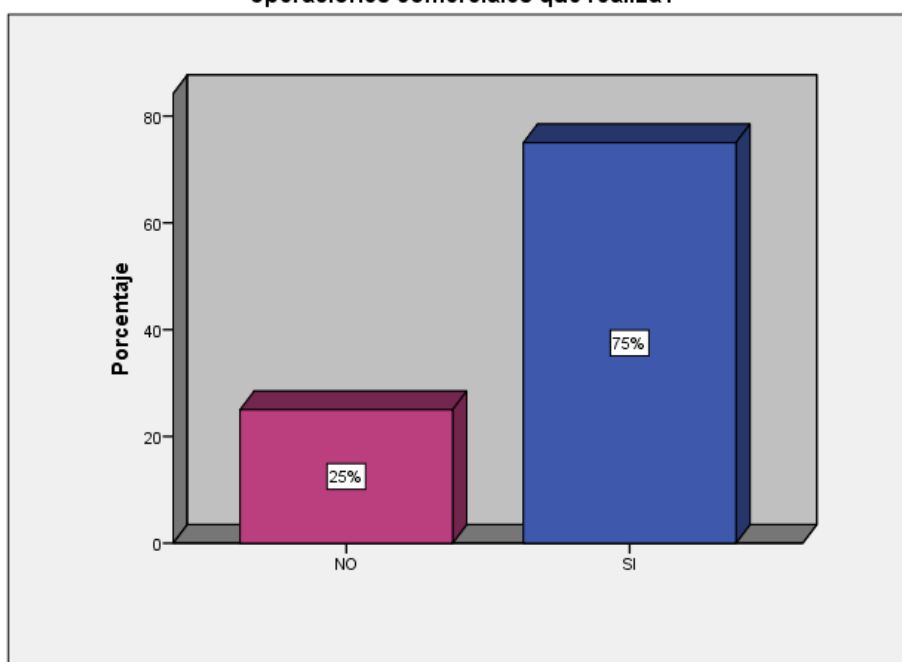
Tabla N° 11 ¿Emite y/o otorga usted comprobantes de pago por las operaciones comerciales que realiza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	5	25,0	25,0	25,0
Válidos SI	15	75,0	75,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 11 ¿Emite y/o otorga usted comprobantes de pago por las operaciones comerciales que realiza?



Fuente: Tabla N° 11.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 75% (15) de la muestra manifestaron que cumplen con emitir comprobantes de pago en las operaciones comerciales que realizan. El 25% (5) de la muestra manifestaron que no cumplen con emitir comprobantes de pago en las operaciones comerciales que realizan. Estos datos nos indican que más de la mitad de los empresarios ferreteros entregan boleta al momento de hacer una venta, pero también hay otro porcentaje de contribuyentes que no lo hacen, porque muchas veces somos los mismos consumidores que no exigimos ello.

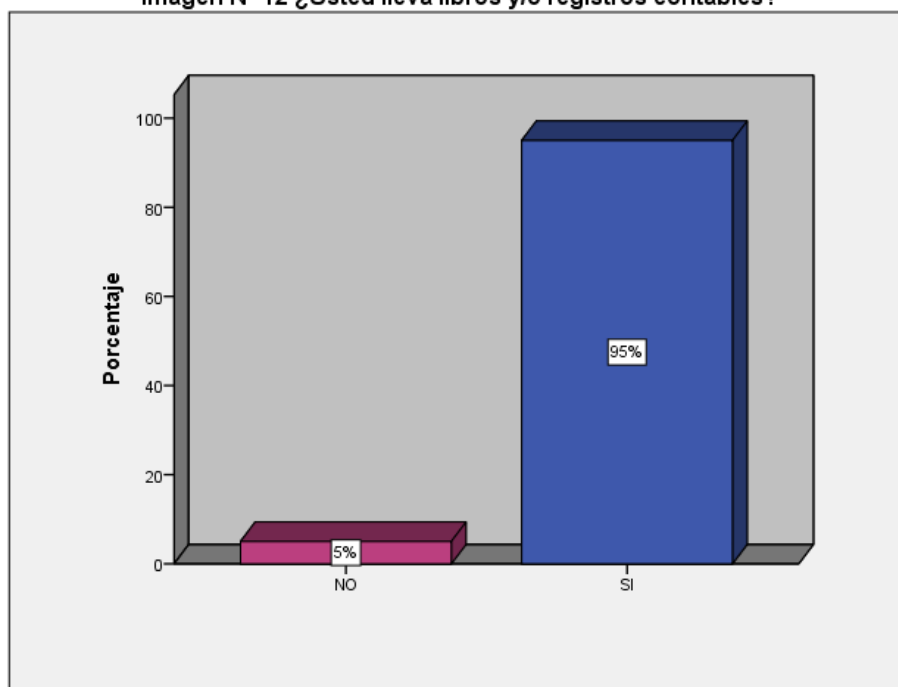
Tabla N° 12 ¿Usted lleva libros y/o registros contables?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	1	5,0	5,0	5,0
	SI	19	95,0	95,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador

Imagen N° 12 ¿Usted lleva libros y/o registros contables?



Fuente: Tabla N° 12.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 95% (19) de la muestra manifestaron que llevan libros y/o registros contables y el 5% (1) manifestaron que no llevan libros y/o registros contables. Esto nos indica que los empresarios ferreteros en su mayoría cumplen con llevar sus registros contables ya que también es otra de las formalidades que exige la administración tributaria en cuanto se refiere al desarrollo y giro de un negocio.

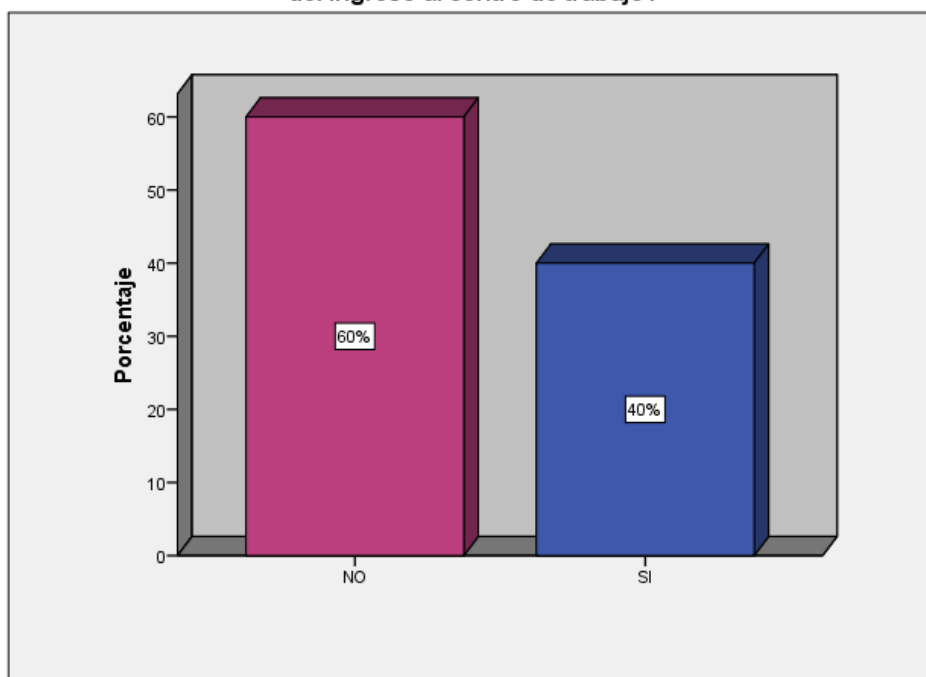
Tabal N° 13 ¿Usted ingresa a sus trabajadores en el T. Registro en el primer día del ingreso al centro de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	12	60,0	60,0	60,0
Válidos SI	8	40,0	40,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 13 ¿Usted ingresa a sus trabajadores en el T. Registro en el primer día del ingreso al centro de trabajo?



Fuente: Tabla N° 13.

Elaboración: El investigador

Interpretación

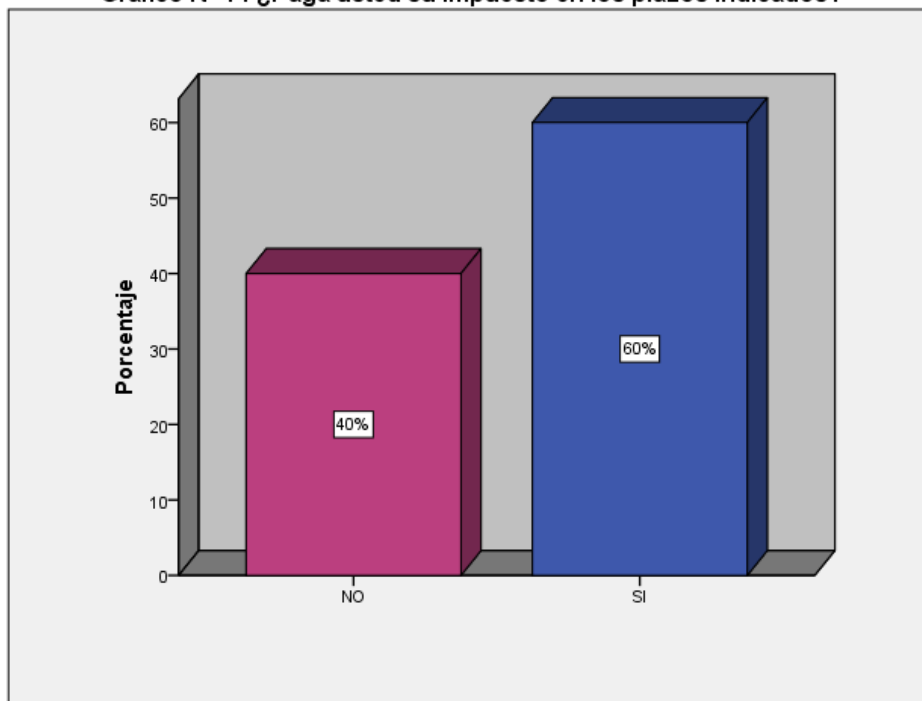
El 60% (12) de la muestra manifestaron que no ingresan a sus trabajadores al T. registro desde el primer día de ingreso al centro de trabajo y el 40% (8) manifestó que si ingresan a sus trabajadores al T. registro desde el primer día de trabajo. Estos datos nos indican que casi la mitad conocen cuáles son sus obligaciones con sus trabajadores, pero la otra gran parte no lo hace porque por el régimen que tiene no cuentan con trabajadores en planilla.

Tabla N° 14 ¿Paga usted su impuesto en los plazos indicados?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	8	40,0	40,0	40,0
Válidos SI	12	60,0	60,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador

Gráfico N° 14 ¿Paga usted su impuesto en los plazos indicados?



Fuente: Tabla N° 14.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 60% (12) de la muestra manifestó que pagan sus impuestos en los plazos indicados y el 40% (8) manifestó que no pagan sus impuestos en los plazos indicados. Estos datos nos indican que más de la mitad de los empresarios ferreteros están incumpliendo con pagar sus impuestos en los plazos indicados, generándose para ellos un peligro en hacerse acreedores de sanciones y/o multas.

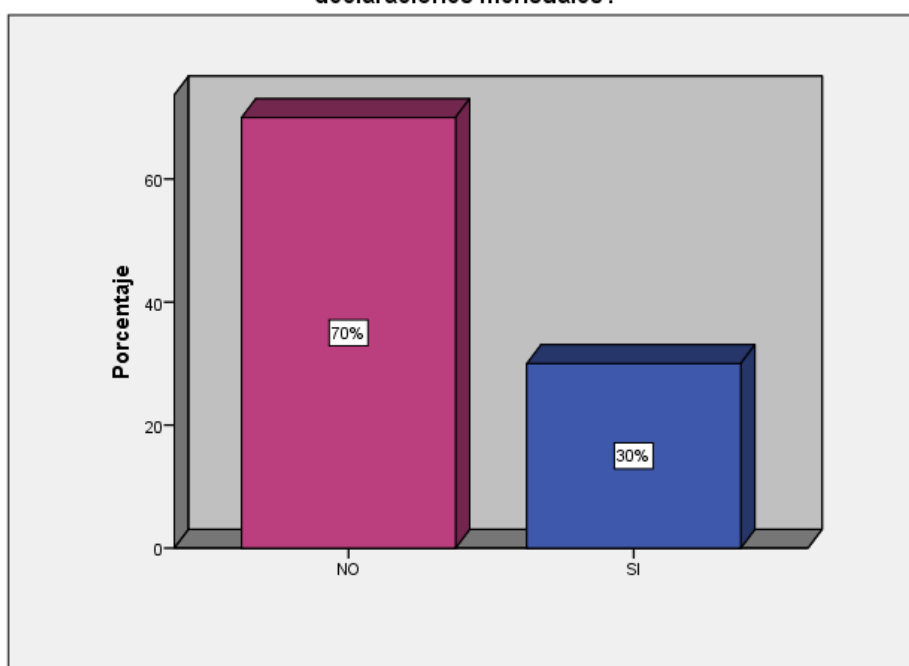
Tabla N° 15 ¿Usted ha pagado multas por presentación fuera de plazos de sus declaraciones mensuales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	14	70,0	70,0	70,0
Válidos SI	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 15 ¿Usted ha pagado multas por presentación fuera de plazos de sus declaraciones mensuales?



Fuente: Tabla N° 15.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 70% (14) de la muestra manifestó que no han pagado multas por presentación fuera de plazos de sus declaraciones mensuales y el 30% (6) manifestó que sí han pagado multas por presentación fuera de plazo de sus declaraciones mensuales. Estos datos nos indican que la mayoría de los ferreteros están cumpliendo a plazo sus obligaciones.

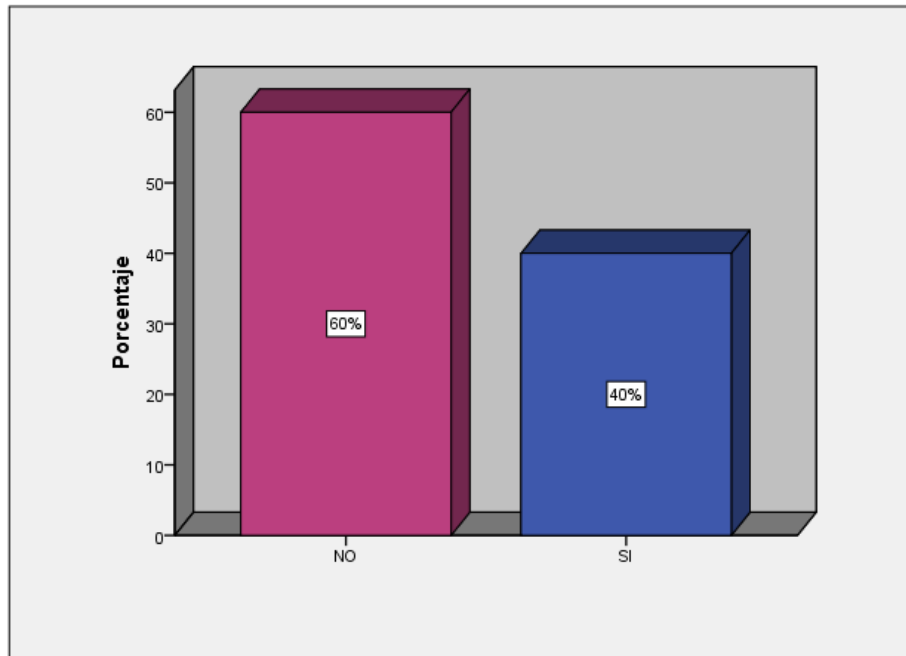
Tabla N° 16 ¿Paga usted sus contribuciones por sus trabajadores que están en planilla?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	12	60,0	60,0	60,0
Válidos SI	8	40,0	40,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Imagen N° 16 ¿Paga usted sus contribuciones por sus trabajadores que están en planilla?



Fuente: Tabla N° 16.

Elaboración: El investigador

Interpretación:

El 60% (12) de la muestra manifestaron que no pagan sus contribuciones de sus trabajadores que se encuentran en planilla y un 40% (8) manifestaron que sí pagan sus contribuciones de sus trabajadores que están en planilla. Estos datos nos indican que más de la mitad de los empresarios no pagan bonificaciones, vacaciones, etc. Porque muchos de ellos por el régimen en que trabajan no cuentan con trabajadores en planilla. Y por otro lado casi la mitad de los empresarios si lo hace, porque están inscritos en el Régimen General de Renta.

4.3. Contrastación de la hipótesis

Hipótesis General:

Para comprobar la hipótesis general, planteamos la siguiente hipótesis estadística:

HG: La cultura tributaria influye significativamente en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.

Calculando el coeficiente r_{xy} de Correlación de Pearson:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N(\sum x^2) - (\sum x)^2][N(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Donde:

x = Puntajes obtenidos de cultura tributaria.

y = Puntajes obtenidos de las obligaciones tributarias.

$r_{x,y}$ = Relación de las variables.

N = Número de empresarios.

Tabla N° 17: Correlación de Pearson.

		CULTURA TRIBUTARIA	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
CULTURA TRIBUTARIA	Correlación de Pearson	1	,670**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	Correlación de Pearson	,670**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Se obtuvo un valor correlacional de **0.670**, el cual manifiesta que hay una correlación positiva considerable entre las variables de estudio: cultura tributaria y obligaciones tributarias. De esta forma se acepta la hipótesis general.

Hipótesis Específicas:

Para comprobar las hipótesis específicas, planteamos las siguientes hipótesis estadísticas:

HE₁: Los conocimientos tributarios influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.

Tabla N° 18 Correlación de Pearson.

		CONOCIMIENTO TRIBUTARIO	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
CONOCIMIENTO TRIBUTARIO	Correlación de Pearson	1	,530**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	Correlación de Pearson	,530**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador.

Se obtuvo un valor correlacional de **0.530**, el cual manifiesta que hay una correlación positiva considerable entre las variables de estudio: conocimiento tributario (cultura tributaria) y obligaciones tributarias. De esta forma se acepta la hipótesis específica.

HE₂: La valorización a los tributos influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.

Tabla N° 19: Correlación de Pearson

		VALORACIÓN A LOS TRIBUTOS	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
VALORACION A LOS TRIBUTOS	Correlación de Pearson	1	,445**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	20	20
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	Correlación de Pearson	,445**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	20	20

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador

Se obtuvo un valor correlacional de **0.445**, el cual manifiesta que hay una correlación positiva media entre las variables de estudio: valoración a los tributos (cultura tributaria) y obligaciones tributarias. De esta forma se acepta la hipótesis específica.

HE₃: La conciencia tributaria influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019

Tabla N° 20 Correlación de Pearson

		CONCIENCIA TRIBUTARIA	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
CONCIENCIA TRIBUTARIA	Correlación de Pearson	1	,420**
	Sig. (bilateral)		,005
	N	20	20
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	Correlación de Pearson	,420**	1
	Sig. (bilateral)	,005	
	N	20	20

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta, 2019.

Elaboración: El investigador

Se obtuvo un valor correlacional de **0.420**, el cual manifiesta que hay una correlación positiva media entre las variables de estudio: conciencia tributaria (cultura tributaria) y obligaciones tributarias. De esta forma se acepta la hipótesis específica.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Contrastación de resultados

- **Con respecto al objetivo general:** de qué manera la cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco - 2019. Para determinar cómo influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, procesamos los datos de la variable independiente y la variable dependiente como muestra los resultados obtenidos en la tabla 17 evidencia un nivel relacional positivo considerable de 0.670, entonces podemos decir que la cultura tributaria si influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes ferreteros, por lo que se puede comprobar que la mayoría si cumple con sus obligaciones, datos que al ser comparados por Figueroa. (2017) en su tesis titulado “La Cultura Tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la galería Polvos Azules de Huánuco”, quien concluye que los conocimientos tributarios influyen de manera positiva, ya que el conocimiento sobre los tributos les permite ser más responsables en sus obligaciones como emisión de comprobantes de pago, declaraciones mensuales a tiempo, con estos resultados se afirma que los conocimientos tributarios influyen de una manera favorable en las obligaciones tributarias.

De todo ello se desprende que el conocimiento de los asuntos relacionados con los tributos es fundamental para la formación de una cultura tributaria, más aún si se tiene razón de las consecuencias negativas que conlleva la carencia social de la misma. Silvestri (2011).

Con respecto al objetivo específico uno: Determinar de qué manera los conocimientos tributarios influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019, se determina que si existe una influencia relacional positiva considerable los resultados obtenidos en la tabla 18 evidencia un valor relacional de 0.530, entre los conocimientos tributarios y las

obligaciones tributarias. Esto quiere decir que casi la mitad de los encuestados tiene conocimiento sobre tributo y normas de tributación y el otro porcentaje aún no ha interiorizado sus conocimientos tributarios, estos datos comparan con: Kateryn, (2016) En su tesis desarrollada “Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes”, que existe una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes y también por parte de los consumidores al momento de pagar sus compras, al respecto un 48% de los comerciantes no emite el comprobante de pago cuando no se lo solicitan.

La formación de la cultura tributaria es “una herramienta importante en el país que permitirá brindar un conocimiento adecuado de manera didáctica sobre el sistema tributario a los ciudadanos para que de esta forma conozcan sus obligaciones como buenos ciudadanos y los cumplan”. Solórzano (2012).

- **Con respecto al objetivo específico dos:** Determinar de qué manera la valoración a los tributos influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019, los resultados obtenidos en la tabla 19 evidencia, un valor relacional de 0.545, entre la valoración a los tributos y las obligaciones tributarias. Esto nos indica que la mayoría de los comerciantes ferreteros valoran a los tributos De acuerdo al gráfico N° 04 el 80% de los comerciantes ferreteros creen que sí es muy importante pagar los tributos, por lo que se determina que los comerciantes ferreteros tienen valoración a los tributos. Esto corrobora lo dicho por Mariluz (2017) En su tesis titulada “La Cultura Tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de microempresas comerciales en el sector abarrotes del distrito de Pillco Marca”. donde determina que la cultura tributaria si influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los microempresarios del distrito de Pillco Marca, y por ende la valorización a los tributos es positiva. Los microempresarios opinan

qué si conocen algo sobre obligaciones tributarias, también conocen algo sobre tributos, a los cuales conociendo un poco sobre estos temas les permite cumplir con sus obligaciones tributarias procurando evitar sanciones.

La valoración de los tributos debe entenderse como la determinación del verdadero costo que generan para una empresa; siendo así, no solo incluyen el valor de los tributos, multas e intereses moratorios; si no otros conceptos como el tiempo invertido, los insumos necesarios, etc. Barra (2006).

- **Con respecto al objetivo específico tres:** Determinar de qué manera la conciencia tributaria influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019, los resultados obtenidos en la tabla 20 evidencia un valor relacional de 0.520, entre la valorización a los tributos y las obligaciones tributarias. Se determina que si existe una influencia correlacional positiva. Como podemos apreciar en el gráfico N° 07, se puede observar que el 90% de los encuestados consideran que la educación cívica tributaria puede generar una mejor conciencia tributaria. Datos que al ser comparados con Banfi (2013), en su tesis denominada “La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria, donde concluye con que la cultura tributaria debe de fomentarse desde los primeros niveles de enseñanza hasta el nivel superior, para posteriormente plasmarla en las diferentes actividades socioeconómicas. Por ello, debemos enfatizar que la cultura tributaria es un aspecto muy importante para lograr el desarrollo del país; por lo tanto, es necesario fomentar la enseñanza en materia de cultura tributaria para poder generar una consciencia tributaria en los ciudadanos, ello servirá para mantenerlos informados y actualizados en todo el país.

CONCLUSIONES

1. De los resultados de la investigación podemos concluir que existe una relación directa significativa con un valor relacional de 0.670, el cual manifiesta que hay una relación positiva entre Cultura Tributaria y Obligaciones Tributaria, ya que se determinó que la cultura tributaria influye significativamente en las obligaciones tributarias, de manera que el 75% de los comerciantes emite sus comprobantes de pago y el 60% paga sus impuestos en los plazos establecidos.
2. De los resultados de la investigación podemos concluir que existe una relación directa con un valor relacional de 0.530 el cual manifiesta que hay una relación positiva entre el conocimiento tributario y las obligaciones tributarias, ya que se determinó que los conocimientos tributarios influyen de manera significativa, de manera que el 95% de los comerciantes sabe que es un tributo y el 65% conoce acerca de las normas tributarias.
3. De los resultados de la investigación se concluye que la valoración a los tributos influye en las obligaciones tributarias, ya que se obtuvo un valor relacional de 0.445, el cual manifiesta que hay una relación positiva entre las variables de estudio. También se determinó que el 65% de los encuestados manifiesta que si declara todos sus ingresos o ventas reales y que el 80% de los encuestados manifiesta que si es muy importante pagar un tributo.
4. De los resultados de la investigación se concluye que la conciencia tributaria influye en las obligaciones tributarias de los comerciantes ferreteros del mercado central de Huánuco, ya que se obtuvo un valor relacional de 0.520, el cual manifiesta que hay una relación positiva entre las variables de estudio. También se determinó que el 90% considera que la educación cívico tributaria puede generar una mejor conciencia tributaria en los contribuyentes.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la SUNAT difundir y fomentar información oportuna a través de medios de comunicación más cercanos a la realidad de los contribuyentes, realizando charlas, seminarios de información dándoles a conocer las ventajas, desventajas y beneficios que ofrece la Administración Tributaria. Con el fin de fomentar el cumplimiento y pago de sus obligaciones tributarias a los comerciantes ferreteros del mercado central de Huánuco.
2. Se recomienda a la SUNAT a programar y efectuar seminarios y charlas, donde se capacite con temas concernientes a la importancia de la tributación y al proceso de formalización en busca de una adecuada conciencia tributaria, para lograr el compromiso del contribuyente con sus obligaciones tributarias.
3. Se recomienda a los administradores y/o dueños de las ferreterías del mercado central de Huánuco a tomar iniciativa solicitando a la SUNAT más implementación con estrategias de orientación, motivación y sensibilización. De esta manera capacitarse también en temas de tributación, declaraciones de impuestos, normas tributarias, etc. Para así generar una actitud positiva y voluntaria de cumplir con sus responsabilidades tributarias y no actuar por coacción, sino por voluntad propia.
4. Se recomienda a la SUNAT en convenio con la Municipalidad Provincial de Huánuco y las instituciones educativas fomentar la formación académica tributaria en los centros educativos públicos y privados brindando charlas informativas, seminarios, capacitaciones, talleres, etc. De esta manera los alumnos puedan tener mejor orientación desde temprana edad hacia los tributos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (2008). En R. Carolina, *Estrategias para la formación de la Cultura Tributaria - Asamblea general del CIAT N° 42* (pág. 66). Guatemala.
- ALEJANDRO, Z. A. (2012). *Auditoría de cumplimiento tributario y su incidencia en las obligaciones tributarias de la empresa Sixmagricola S.A.* Obtenido de Biblioteca UTEQ:
[https://www.google.com/search?q=Zambrano%2C+\(2015\)+desarroll%C3%B3+una+tesis+magistral+sobre+%E2%80%9CAuditor%C3%ADa+de+cumplimiento+tributario+y+su+incidencia+en+las+obligaciones+tributarias+de+la+empresa+Sixmagricola+S.+A.%2C%E2%80%9D+Cant%C3%B3n+Quevedo&](https://www.google.com/search?q=Zambrano%2C+(2015)+desarroll%C3%B3+una+tesis+magistral+sobre+%E2%80%9CAuditor%C3%ADa+de+cumplimiento+tributario+y+su+incidencia+en+las+obligaciones+tributarias+de+la+empresa+Sixmagricola+S.+A.%2C%E2%80%9D+Cant%C3%B3n+Quevedo&)
- Alfredo, B. Z. (2012). *Auditoria de Cumplimiento Tributario y su Incidencia en las Obligaciones Tributarias de la empresa Sixmagricola S.A. .* Cantón Quevedo.
- Alva, M. (1995). *Conocimientos Tributarios.*
- Balvin, M. C. (2014). *Cultura Tributaria y el Cumplimiento de obligaciones Tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo.*
- Banfi. (2013). *La Cultura Tributaria para el Cumplimiento de la Obligación Tributaria.* Venezuela.
- Carlos, M. B. (2017). *"La Cultura Tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de microempresas comerciales en el sector abarrotes de Distrito de Pillco Marca - 2017.* Huánuco.
- Colmenares, A. A. (2009). *Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria.*
- Daena, V. (2009). *Etica y Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Centro Comercial Plaza. Valera, Venezuela.*
- DRAE. (2001). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española.* España.
- EL PERUANO. (25 de enero de 2019). *Busquedas.el.peruano.pe.* Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-tasa-de-interes-moratorio-tim-aplicable-a-tributo-ordenanza-n-002-2019-mdm-1739378-1/>
- Escobar Calderón, R. (s.f.). *la Potenciación de los Servicios al Contribuyente SII.*
- Figuerola, G. (2017). *La Cultura Tributaria en el cumplimiento de las obligaciones Tributaria de los comerciantes de la Galeria Polvos Azules.* Huánuco.
- Figuerola, G. (2017). *Repositorio Universidad de Huánuco.* Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1148/FIGUEROA%20DE%20LA%20CRUZ%2C%20GERALDINE%20TATIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Gustavo, P. G. (18/12/2018). *cultura tributaria peruana*. Obtenido de web.<http://puntocontable.blogspot.pe/search/label/%22Cultura%20tributaria%22>
- Gustavo, P. G. (2015). *Cultura Tributaria Peruana*. 18/12/2015. Obtenido de [.http://puntocontable.blogspot.pe/search/label/%22Cultura%20tributaria%22](http://puntocontable.blogspot.pe/search/label/%22Cultura%20tributaria%22)
- Hancco Larico, O. B. (2017). *La cultura tributaria y su influencia en la evaion de los tributos en un mercado de la ciudad de Cajamarca*. cajamarca.
- Hernandez Sampieri, F. C. (2014). *Metodologia de la Investigación*.
- Isidro, t. L. (2016). *Cultura Tributaria en la Formalizacion delas mypes*. Ancash - Perú.
- Kateryn, Y. a. (2016). *Programa de Difusión Tributaria de los Comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes*. Tumbes.
- LARICO, B. O. (2012-2013). repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/2702. Obtenido de https://www.google.com/search?ei=iWxJXZWBLJCv5wKtpbXACg&q=odila+2013+cultura+tributaria&oq=odila+&gs_l=psy-ab.1.0.35i39j0l9.872.872..8176...0.0..0.4502.4502.9-1.....0....1..gws-wiz.WHDuX6xmLdl
- Lisbeth, Y. A. (2016). *Programa de Difusion Tributaria y su Insidencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del mercado modelo de Tumbes*. tumbes - Peru.
- Mariluz, R. (2017). *La Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de microempresas Comerciales en el serctor Abarrotes del Distrito de Pillco Marca*. Huanuco.
- MORENO, V. R. (2014). *ARTICULO ORIGINAL REVISTAS UNMSM*. Obtenido de revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/download/.../12947/
- PERU 21. (01 de enero de 2019). *PERU21.PE*. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=uit+2019&oq=uit+2019&aqs=chrome..69i57.4610j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Sampieri, H. &. (2014). *Metodologia de la Investigacion*.
- Sarmiento, O. (2016). *La Cultura Tributaria y su Insidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias*.
- Silvestri, S. &. (2011). *cultura tributaria*.
- Solorzano. (2012). *Cultura Tributaria*.
- Solorzano. (2012). *Cultura Tributaria*.
- SUNAT. (1999). *Orientaciones*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/comprobantes-de-pago-empresas/comprobantes-de-pago-fisicos-empresas/tipos-de-comprobantes-de-pago-fisicos-empresas>

- SUNAT. (1999). *Orientaciones* . Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresa>
- Sunat. (1999). Reglamento de Conprobantes de Pago. *Resolucion de Superintendencia N° 007*.
- Sunat. (2017). En *Código Tributario* (pág. Artículo 59).
- Sunat. (2017). En *Código Tributario* (pág. artículo 60).
- Sunat. (2017). *Código Tributario*.
- SUNAT. (2017). *Código Tributario Artículo 3*.
- SUNAT. (2017). *concepto de la Obligacione Tributaria*.
- SUNAT. (31 de DICIEMBRE de 2018). *SUNAT.GOB.PE*. Obtenido de https://www.google.com/search?ei=26s0XdHwOa_B5OUP5-GQsAk&q=cronograma+sunat+2019&oq=cronograma+sunat+2019&gs_l=psy-ab.3..0l10.743576.750729..750946...1.0..3.1146.14755.2-3j0j2j10j6j2.....0....1..gws-wiz.....10..0i71j35i39j0i67j0i131.ollEzuTif44&ved=0ahUK
- Tamayo. (1997). Metodología de la Investigación. Segunda Edición.
- TIBCO. (14 de Febrero de 2014). Obtenido de TIBCO: https://docs.tibco.com/pub/spotfire_web_player/6.0.0-november-2013/es-ES/WebHelp/index.html
- valero, M. T. (2006). *Etica y Cultura Tributaria en el Contribuyente*. trujillo.
- Vara, A. (2012). *Desde la idea de la Sustentación: siete pasos para una tesis exitosa*. lima: Universidad San MArtin de Porres.

ANEXOS

Matriz de consistencia

Título	Problemas	Objetivos	Hipótesis	Metodología
“LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LAS FERRETERÍAS DEL MERCADO CENTRAL DE HUÁNUCO PERIODO 2019”	Problema General. ¿De qué manera la cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019?	Objetivo General. Determinar de qué manera la cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.	Hipótesis General. La cultura tributaria influye significativamente en los conocimientos tributarios de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.	Tipo: Aplicada Enfoque: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: Descriptivo - Correlacional Población y Muestra: <ul style="list-style-type: none"> • Población: 20 ferreterías del mercado central de Huánuco. • Muestra: 20 administradores y/o dueños de las ferreterías del mercado central de Huánuco.
	Problemas Específicos. ¿De qué manera los conocimientos tributarios influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019? ¿De qué manera la valoración a los tributos influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019?	Objetivos Específicos. Determinar de qué manera los conocimientos tributarios influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019. Determinar de qué manera la valoración a los tributos influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.	Hipótesis Específicas. Los conocimientos tributarios influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019. La conciencia tributaria influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.	Técnica e Instrumentos: <ul style="list-style-type: none"> • Técnica: Encuesta. • Instrumento: Cuestionario
	¿De qué manera la conciencia tributaria influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019?	Determinar de qué manera la conciencia tributaria influye en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.	Las aptitudes tributarias influyen en las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco periodo 2019.	

Cuestionario



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
<http://www.udh.edu.pe>

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Encuesta dirigida a gerentes y/o administradores de las ferreterías del mercado central de Huánuco.

Objetivo: Analizar si la cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias en las ferreterías del mercado central de Huánuco, periodo 2019.

Instrucciones: Marque con un aspa (X) según corresponda en cada ítem, debe contestar todas las preguntas, según la siguiente escala.

N	ITEM	SI	NO
1	¿Sabe usted que es un tributo?		
2	¿Conoce usted las normas a cerca de la tributación?		
3	¿Sabe usted que existe un cronograma de pagos establecido por SUNAT, para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias referido al pago de tributos?		
4	¿Usted cree que es muy importante pagar los tributos?		
5	¿Usted efectuaría sus declaraciones y pagos de impuesto sin el control del estado?		
6	¿Usted declara todos sus ingresos o ventas reales para el pago de sus impuestos?		
7	¿Considera usted que la educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria?		
8	¿Alguna vez se ha desmotivado para cumplir con el pago de los tributos?		
9	¿Recibe usted algún tipo de motivación por parte de la SUNAT por cumplir con sus impuestos puntualmente?		
10	¿Se encuentra usted debidamente inscrito en el Registro Único de Contribuyentes?		
11	¿Emite y/o otorga usted comprobantes de pago por las operaciones comerciales que realiza?		
12	¿Usted lleva libros y/o registros contables?		
13	¿Usted ingresa a sus trabajadores en el T. Registro en el primer día del ingreso al centro de trabajo?		
14	¿Paga usted su impuesto en los plazos indicados?		
15	¿Paga usted sus contribuciones por sus trabajadores que están en planilla?		
16	¿Usted ha pagado multas por presentación fuera de plazos de sus declaraciones mensuales?		

Fotografías



Fachada de la ferretería Huánuco N° 798



Interior de la ferretería Jhire, Jr. 28 de Julio N° 758. Con el dueño Estanislao Aquino.



Ferretería Grupo León Jr. 28 de Julio N° 738



Ferretería Calle la Merced N° 130